

华为以客户为中心的营销体系建设与管理

课程名称：华为以客户为中心的营销体系建设与管理

课程目标：

- 1、帮助学员全面、系统、深度了解华为以客户为中心的营销体系是如何构建与如何运行的。
- 2、帮助学员客观认知华为以客户为中心的营销体系，能够结合自身的行业和企业特点去粗取精、有效融合、提升战力。

课程时间：1天（6小时）

学习对象：负责企业营销的管理层和骨干员工等

教学形式：讲师讲授、案例分析、讨论分享、实战演练等

课程内容：

第一部分 认识华为与华为营销

- 1、 华为的地位与成就
- 2、 华为成功的根本要素
- 3、 华为营销的认知：OVIT 模型

第二部分 “以客户为中心”在华为

- 1、“以客户为中心”是华为的终极企业文化
- 2、“以客户为中心”的产品创新战略
- 3、营销是“以客户为中心”落地的发动机

第三部分 华为的三次转型与营销队伍的打造

- 1、产品转型对营销的影响
- 2、服务模式转型对营销的影响
- 3、全球化实践对营销的影响
- 4、商业模式转型对营销的影响

第四部分 华为营销体系的构建

- 1、华为营销体系的建设
- 2、什么是华为的“铁三角”管理
- 3、营销过程中前后方的协同机制
- 4、华为营销考核的方式
- 5、孜孜不倦的追求——流程化营销

第五部分 华为营销体系的运作

- 1、市场洞察与营销战略制定
- 2、业务设计与客户拓展策略
- 3、战略决策、排兵布阵与闭环管理
- 4、重点管理 1：销售管道管理与项目立项
- 5、重点管理 2：三大突破与七大步骤

第六部分 华为营销体系的再评估

- 1、华为营销体系的先进性在哪里

2、 华为营销体系的缺点与局限性

3、 如何有效借鉴华为营销体系

讲师简介：

程老师

- ◆ 原华为西非地区部政府项目系统部主任、原中国出口信用保险公司副处长
- ◆ 国际工程咨询协会特聘讲师、上海市商委“走出去人才培养项目”特聘讲师

擅长领域：

- ✓ 销售类：项目型市场开发运作实务、大客户经营与客户关系管理等；
- ✓ 投融资类：海外项目开发的投融资模式与运作实务、中信保管理实务等；
- ✓ 领导力类：海外公共安全风险识别防范与应急管理、跨文化管理等；
- ✓ 其他类：当前国际政治经济形式分析、华为营销管理系列课程等。

已服务客户：

- ✓ **政府类**：中国国际工程咨询协会、上海市商委、江苏省商务厅、安徽省商务厅、江西省商务厅等；
- ✓ **承包类**：中国交建、中国能建、中国电建、中国中铁、中国铁建、中航国际、中国化学工程、中钢设备、中冶海外、中铝国际、中电装备、中原对外工程、西电国际、大唐环境、惠生工程、山西建投、泰开电建等；
- ✓ **制造类**：中船重工、中国中车、徐工、三一重工、上海电气、振华重工、特变电工、陕鼓动力、亨通光电、广西汽车、长城汽车、海康威视、美的冰箱、京东方、TCL 等；

✓ **投资类：**国家电网、中石化、中海油、中国电信、招商局、华润电力、国投鼎石、深圳能源、云南能投等。