

## 华为销售方法论与国际工程总承包市场开发

### 课程背景：

近年来，华为公司异军突起，成为中国企业走出去的旗帜。华为公司以 2 万元起家，短短 30 年发展成为国际通信行业领先的设备商与承包商，其成长轨迹离不开强大的方法论指引和支持，其中尤以其独特的销售方法论为最。“以客户为中心”、“铁三角式销售运作”、“听到炮声的人来呼唤炮火”等销售管理思维和模式近年来以脍炙人口、风靡业界。

后疫情时代，复杂的国际政经局势可能使我国对外承包与装备制造企业陷入发展低潮，因此学习优秀企业海外市场开发的优秀方法论，重新审视我们走出去企业自身发展的种种问题，消化与借鉴海外大项目开发优秀的经验与方法，在下行的市场环境中找到创新的通道，逆市而上，就显得尤为必要。

**课程时间：**2 天（12 小时）

**教学形式：**讲师讲授、案例分析、讨论分享、营销工具演练

### 适合受众：

国际工程总承包企业的中高层管理人员，市场营销骨干，其他商务、经营、法务、项目管理等相关人员等。

## 学员收益：

- ✓ 全面、系统、深入的了解并掌握华为在海外成长壮大的销售方法论；
- ✓ 掌握华为把握市场机遇的战略规划与战略洞察的方法；
- ✓ 掌握正确理解客户需求并高效呈现自身价值的方法；
- ✓ 掌握大客户关系构建与管理、取得客户信赖的方法；
- ✓ 掌握大项目运作的全套流程和成功打单的关键方法；
- ✓ 获得一系列实用的项目市场开发工具以指导日常工作。

## 课程内容：

### 第一部分 华为销售成功的基础要素

#### 第一章 认识华为与工程总承包项目开发

- 1、 从华为国际化之路认识华为与华为营销
- 2、 华为营销的 OVIT 模型与成功的项目营销过程
- 3、 华为营销与国际工程总承包营销的异同点

#### 第二章 机会论：华为如何把握市场机遇

##### 1、 华为解读

- (1) 华为的战略规划步骤
- (2) 华为战略洞察的“5 看”

- (3) 华为战略制定的“3定”

## 2、 课程输出

- (1) 华为战略管理的“五看三定”模型
- (2) 华为战略分析各类常用管理分析工具

## 3、 案例分享与练习

### 第三章 价值论：华为如何理解客户需求

#### 1、 华为解读

- (1) 客户需求的二重性与正确理解客户需求
- (2) 客户需求的纵向发掘与横向发掘
- (3) 如何正确理解与分析战略大客户的需求
- (4) 如何正确理解与分析政府客户的需求
- (5) 如何正确理解与分析客户的个人需求

#### 2、 课程输出

- (1) 挖掘客户需求的八个维度
- (2) 战略大客户需求分析框架
- (3) 政府客户的需求分析模型
- (4) 关键客户非业务需求分析模型

### 3、 案例分享与练习

## 第四章 信息论：华为如何呈现自身价值

### 1、 华为解读

- (1) 华为价值呈现的三大原则（饱和攻击、高标准、分层级精准打击）
- (2) 华为的高标准品牌包装
- (3) 华为的体系化信息传递
- (4) 基于信息高强度传递的营销套路总结
- (5) 基于信息高强度传递的组织经验沉淀

### 2、 课程输出

- (1) 体系化信息传递的常用方式
- (2) 信息传递的 FABE 模型
- (3) 向高层传递信息的“一指禅”
- (4) 常用的营销套路总结（借鉴版）
- (5) 组织经验沉淀的常用方法与套路

### 3、 案例分享与练习

## 第五章 信任论：华为如何赢取客户的信赖

## **1、 华为解读**

- (1) 销售人员如何落地“以客户为中心”
- (2) 华为的客户四个分类与大客户服务战略
- (3) 客户关系的三个层级与有效管理
- (4) 关键客户关系的构建与管理维护
- (5) 关键客户 DISC 分析与应对策略
- (6) 超越客户期望值：华为如何取得客户的信赖

## **2、 课程输出**

- (1) 客户背景与需求分析表
- (2) 大客户档案目录
- (3) 客户关系构建与维系的四个步骤
- (4) 客户关系提升目标路径图
- (5) 关键客户关系现状评估标准
- (6) 获得客户信任的 5 大基石
- (7) 与关键客户建立信任的四种必要的沟通方式
- (8) 与关键客户建立连接的 12 种常见方式
- (9) 关键客户关系规划的四个步骤

### **3、 案例分享与练习**

## **第二部分 华为销售成功的项目运作**

### **第六章 品牌与市场活动**

#### **1、华为解读**

- (1) 华为市场拓展的 8 大方法与主要目的
- (2) 画出行业地图，明确大客户
- (3) 华为品牌市场活动综述

#### **2、课程输出**

- (1) 行业地图分析维度
- (2) 品牌传播目标群体与常见方式

#### **3、品牌与市场活动在国际工程总承包行业的解读**

### **第七章 从线索到需求**

#### **1、华为解读**

- (1) 项目立项评估的四原则
- (2) 3 类常见客户的不同应对策略
- (3) 华为项目的立项与策划
- (4) 初次拜访客户要点

## 2、课程输出

- (1) 项目立项评估分析模型
- (2) 项目销售里程碑管理模型

## 3、从线索到需求在国际工程总承包行业的解读

## 第八章 从接触到明晰

### 1、华为解读

- (1) 发展 coach 与建立多元信息渠道
- (2) 了解客户组织架构与采购流程
- (3) 客户决策链分析和锁定关键客户
- (4) SPIN 与获取客户关键需求

### 2、课程输出

- (1) 防止被客户“忽悠”的四种方法
- (2) coach 的选择原则与选择范围
- (3) 客户采购的常见内部流程
- (4) 工程项目客户决策链分析鱼骨图
- (5) 锁定关键客户的分析维度与原则
- (6) SPIN 成功运用的五种关键提问方式

### 3、从接触到明晰在国际工程总承包行业的解读

## 第九章 技术与商务突破

### 1、华为解读

- (1) 竞争情报获取与对手分析
- (2) 差异化营销方案制定
- (3) 影响客户的关键动作

### 2、课程输出

- (1) 项目竞争对手情报搜集的五个维度
- (2) 竞争分析常用工具：SWOT、雷达图与利器-软肋模型
- (3) 项目竞争的4种常见战略
- (4) 差异化营销的7大维度
- (5) 项目竞争常见的设置壁垒的方法

### 3、技术与商务突破在国际工程总承包行业的解读

## 第十章 投标与竞争策略

### 1、华为解读

- (1) 投标运作的整体过程

(2) 标前信息了解

(3) 明确投标目标

(4) 投标竞争的常见策略

(5) 制定和提交标书

## **2、课程输出**

(1) 标前必须明确的 4 类信息

(2) 9 种常见的投标竞争策略

(3) 工程总包投标报价 4 大技巧和 5 大报价法

## **3、投标与竞争策略在国际工程总承包行业的解读**

## **第十一章 商务谈判与签约**

### **1、华为解读**

(1) 商务谈判全流程介绍

(2) 商务谈判的三筹码

(3) 商务谈判的常见策略

(4) 如何突破价格的障碍

### **2、课程输出**

(1) 商务谈判磋商的 4 个原则

(2) 常见的应对价格压力 8 个方法

### 3、商务谈判与签约在国际工程总承包行业的解读

## 第十二章 项目销售管理

### 1、华为解读

(1) 华为的商机储备与漏斗管理

(2) 华为的销售团队建设与管理

(3) 华为的内部资源调度与销售管理

### 2、课程输出

(1) 华为团队销售的两种形式：狼狈组合与铁三角

(2) 打造狼性团队的 6 要素

(3) 项目销售团队管理三要素

(4) 销售管理部的 5 大职能

## 第十三章 课程总结