

解决方案（技术）营销策略与实战方法

课程说明

授课方式：

讲授、案例分析、实战情景演练、问题互动、小组讨论与呈现、视频学习与研讨

授课时长：2天

课程大纲

- 第一部分 编写有差异化竞争力的各类营销文档
- 1、如何制作满足客户需求的解决方案和工作文档
 - 2、市场营销文档（方案）的分类
 - 1) 客户初步接触期需要的方案文档
 - 2) 客户初步意向期需要的方案文档
 - 3) 客户正式接触期需要的方案文档
 - 4) 客户招标准备期需要的方案文档
 - 5) 客户正式招标期需要的方案文档
 - 6) 客户工程实施期需要的方案文档
 - 3、市场营销文档（方案）的递交时机
 - 1) 随意提供不严谨的解决方案的隐患
 - 2) 递交方案给客户的方式和策略
 - 4、常用的客户化营销文档（方案）的写作方法（概述）
 - 1) 客户需求个性化解决方案的定义
 - 2) 各类方案文档的写作思路 and 技巧
 - A. 重要客户拜访函
 - B. 客户业务分析（策划）咨询报告
 - C. 项目合作建议书
 - D. 客户化解决方案（I类、运营与管理版）
 - E. 客户化解决方案（II类、产品技术版）
 - F. 客户化解决方案（III类、高层决策版）
 - G. 重点项目进展报告（客户汇报版）
 - H. 重要问题澄清报告
 - I. 反击对手谣言的说明报告
 - 5、高质量解决方案的写作思路、基本方法和实战技巧
 - 1) 概述
 - 2) 写作素材收集与管理
 - 3) 解决方案文档的基本结构体系
 - 4) 写作基本思路

培训费用

培训对象

技术营销人员、售前工程师、销售人员、管理者

联系我们

5) 通信行业解决方案写作高手的成长之路

6) 如何学习和应用客户行业的分析方法

6、技术交流PPT制作

7、学员实际方案、PPT和文档点评

第二部分 设计和执行有感染力的专业交流

1、 营销人员专业方案呈现的三个阶梯修炼

1) 初级呈现：合格的宣讲员

2) 中级呈现：有说服力的业务交流者

3) 高级呈现：让方案介绍变得使人感动（商业故事营销策略与技巧）

4) 课堂演练

2、 高层交流策略与实战方法——如何说服客户决策者

1) 基础篇

A. 为什么有效的高层专业交流对客户关系深化至关重要

B. 客户高层交流准备

C. 销售人员在高层交流过程中的关键行为

D. 高层交流之后的重要工作

2) 高级篇

A. 案例分析：华为高端技术营销经验的得与失

B. 行业客户高层决策者的关切点

a) 客户的客户（最终用户）正在发生的变化

b) 本客户在行业中的位置

c) 预测行业发展的趋势

d) 协助客户实现它的战略

e) 双边合作关系展望

f) 我方的市场地位

g) 我方的产品与服务体系

h) 我方如何保证产品和服务质量

i) 我方产品演进路标如何配合客户的战略路标

j) 我方对水处理行业专业标准制定的贡献

k) 我方社会责任的实际体现

l) 我方的服务保障体系

m) 我方的产品与服务解决方案如何让客户赢利

C. 如果客户决策者只给我们20分钟的交流汇报时间

a) 我方需要选择哪几个最关键的交流内容

b) 一个真实的案例：华为如何吸引老牌客户决策层的关注

3) 课堂演练

第三部分 技术品牌营销

- 1、销售项目运作过程中的技术品牌营销
- 2、在产品同质化的红海中胜出：营销组合武器设计与实战应用
 - 1) 营销拓展资料库（武器库）建设
 - 2) 市场情报工作体系建设
 - 3) 当前和未来主要商业对手研究
 - 4) 推进各级客户的个性化交流（重点：影响客户的选择标准）
 - 5) 软性专业文章发表和呈送
 - 6) 样板客户建设与利用
 - 7) 邀请关键客户访问公司：善用总部营销资源
 - 8) 行业会议、会展资源应用
 - 9) 客户培训和客户内部“技术同盟者”培养
 - 10) 服务项目监控和协助解决问题
 - 11) 做可赢利的生意：“二次营销”机会点设计与市场经营