

# 《B 端产品市场推广》

讲授专家：李勇

**培训对象：**1、希望学习产品运营的人士；  
2、企业内与产品、客户接触的管理、营销、服务人士；  
3、企业内从事营销与服务工作的相关人士；  
4、希望开展 B 端运营的企业相关人员；

**课程时间：**1 天 (6 小时)

## 课程背景：

- 如今，各行各业尤其是企业客户端，都出现了运营的岗位，每一个领域都有不少相同或相似的产品或 B 端。决战红海，用户为王，可是人海之中，用户在哪？怎么长期留住用户？用户流失了怎么办？是运营！

## 课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	走进产品 B 端运营	1、了解商业模式，读懂运营本质基础。 2、什么是运营？我们该运营什么？四步运营法则。 3、运营团队的岗位分工与工作职责 4、B 端运营需要具备的能力和素养 5、AARRR 增长黑客的思维解析 1) 6、思维下的运营模型
单元二	B 端用户需求解决路径：场景	1. 深化客户视角：锁定用户画像 2. 聚焦客户视图 1) 了解客户的经营定位和业务目标 2) 从产品视图到客户视图的转变 3) 什么是客户视图：全方位展示客户业务场景的完整视图 4) 从把握需求点到挖掘场景流，对客户业务场景流进行还原并放大其细节情境。 5) 找到应用场景：某项应用最可能被客户使用的所处场景，应用因场景而产生价值。 3. 穿透场景锁定价值： 1) 拜访客户探索需求，找谁谈？谈什么？怎么谈？ 2) 划清全流程环节，锁定关键主环节，找准场景关键人 4. 锁定应用价值，用产品与用户共创价值

---

单元三	确定客户需求价值	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 是否阻碍了用户的业务流程</li><li>2. 是否影响了客户的核心利益</li><li>3. 影响角色有哪些，是否影响与平台的进一步合作</li><li>4. 是否影响开拓新客户</li></ol>
单元四	场景挖掘需求七步法	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 观察环境，了解关键信息</li><li>2. 尽快破冰建立客户信任</li><li>3. 化解客户成见</li><li>4. 深挖客户场景需求</li><li>5. 共创客户意愿</li><li>6. 确认客户感知</li><li>7. 明确下一步的配合客户的动作</li></ol>