

# 《互联网电视营销及支撑能力提升》

讲授专家：李勇

培训对象：1、互联网时代，希望学习云产品创新与运营的人士；  
2、企业内与产品销售、开发、营销、服务人士；

课程时间：1天培训(6小时)

## 课程背景：

创新、变革、转型、进阶，是去年互联网电视市场的主关键词。无论是互联网电视产品本身，还是各个企业，相较以往，在新的市场环境和技术环境下，都开始进行更多的突破，以适应新阶段的新要求。互联网电视市场的垂直发展更具深度，内容运营、智能营销、去硬件化.....在不断洗牌之后，寻求切实有效的盈利模式和新的价值增长空间，并找到差异化的发展路径，成为各企业的共同选择。那么在这种大背景下我们该如何提升互联网电视的营销和支撑，本课程将为您详细解析

## 课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解云来临给运营商带来的销售机遇；
- ◇ 了解云产品场景使用；
- ◇ 掌握客户的用户画像；
- ◇ 掌握云产品场景需求挖掘；

## 课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	网络电视发展背景	1、内容集中化 2、资源集中化 3、资本集中化
单元二	互联网电视用户画像	1. 准确识别C端和B端用户群 2. 动态跟踪用户轨迹：场景+媒体+路径 3. 静态评估用户价值：人口+商业+消费+生活形态+CRM 4. 用户标签定义与权重 5. 不同人群优先级排列 6.
单元三	如何做到更好的挖掘营销需求	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

		<ul style="list-style-type: none"> <li>2) 从产品视图到客户视图的转变</li> <li>3) 什么是客户视图：全方位展示客户业务场景的完整视图</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>3. 穿透场景锁定价值： <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 拜访客户探索需求，找谁谈？谈什么？怎么谈？</li> <li>2) 划清全流程环节，锁定关键主环节，找准场景关键人</li> </ul> </li> <li>4. 锁定应用价值，用产品与用户共创价值</li> </ul>
单元四	确定客户需求价值	<ul 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>5. 是否影响开拓新客户</li> </ul>
单元五	做好销售突破	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 如何做好销售前期准备</li> <li>2. 如何做好破冰</li> <li>3. 如何建立客户信任</li> <li>4. 如何更好的挖掘客户需求</li> <li>5. 如何针对客户具体场景讲成功案例</li> <li>6. 如何针对客户情况做需求价值确认</li> <li>7. 如何做好复盘</li> </ul>