

# 《通信行业如何用数字化产品为客户做赋能》

讲授专家：李勇

培训对象：1、互联网时代，希望学习云，，物联网产品销售与运营的人士；  
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：

- 新的技术时代已然将来临，如何把握好时代的机遇做好云产品，以及物联网产品的机遇，把握 IOT 大爆发，切实做好云，和物联网成为运营商再一次掌握产业链话语权的机遇，也引领了崭新的探索。

## 课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解云，物联网来临给运营商带来的机销售机遇；
- ◇ 了解云，物联网产品场景使用；
- ◇ 掌握云，物联网的产品概念解析；
- ◇ 掌握云，物联网产品销售实战及方案开发的技巧；

## 课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	5G 数字化产品的企业营销策略和 4G 有何不同	1、5G 时代将很难出现标准化产品 1) 为什么很难出现标准化产品 2) 我们该如何应对 2. 聚焦行业，探索细分场景 1) 细分场景有何不同 2) 细分行业细分场景有何共性
单元二	数字化创新产品如何筛选用户	1、我们以前是怎么筛选客户的？ 1) 谁和我关系好就找谁 2) 谁在移动办的历史业务量大就找谁 3) 谁的体量大就找谁 4) 为什么说以上找客户的方式都是不全面的 2. 该如何正确的筛选客户？四高与三化法则 2.1) 什么是四高 1) 高带宽 2) 高决策性 3) 高信息化属性 4) 高互联网属性 2.2) 什么是三化 1) 信息化

		<ul style="list-style-type: none"> <li>2) 云化</li> <li>3) 智慧化</li> </ul> <p>3. 如何筛选不同发展阶段的企业信息化诉求</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 发展初期</li> <li>2) 发展成熟期</li> <li>3) 发展迭代期</li> </ul>
单元三	客户筛选出来以后该如何的进行拜访前分析	<p>1、为什么要做客户视图分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 不做客户视图分析，不做到有备而战，请问每次去跟客户谈什么话题？仅仅就谈谈有没有预算？有没有需求？</li> <li>2. 客户视图分析该分析哪些维度？为什么要分析这些维度？</li> <li>3. 依托于客户视图分析来进行拜访前的话题。</li> </ul>
单元四	如何确定客户沟通策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、 依托于 SPIN 提问法来进行客户需求挖掘</li> <li>1) S：客户所处情境</li> <li>2) P：存在什么问题，采用什么手段</li> <li>3) I：造成了什么影响</li> <li>4) N：期待如何解决</li> <li>2、 什么是黄金静默</li> <li>3、 如何对话题进行转移以及收尾</li> <li>1) 不要跟客户说聊得很开心就再见</li> <li>2) 要对当天聊得需求进行逐一确认，并确认出优先级</li> <li>3) 要对下一步对客户的反馈进行确认，做到有始有终</li> </ul>
单元五	营销复盘	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、 对当天设定的话题做有效复盘</li> <li>2、 对当天的需求进行有效复盘</li> <li>3、 如何把需求可以做到同行业复制</li> </ul>