

《云计算解决方案及营销能力提升》

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：1-2 天培训 (6-12 小时)

课程背景：

- 云时代已然将来临，如何把握好时代的机遇做好云产品销售，云改以及把握 IOT 大爆发的时机，切实做好云，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：

- ◇ 了解云来临给运营商带来的销售机遇；
- ◇ 了解云产品场景使用；
- ◇ 掌握云产品创新及产品概念解析；
- ◇ 掌握云产品销售实战及方案开发的技巧；

课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	云产品四个融合	1、云信息化与政府管理 2、云社会服务融合 3、云信息技术与实体经济融合 4、云信息化与新型工业、城镇化、农业现代化融合 5、云网信军民融合	本单元让学员了解什么是云，云的基础概念。
单元二	云产品的商业模式和企业需求痛点	1、云是一个交付模式 2、云商业模式 1) 云的三大服务模式 2) 云意味着什么 3) 从传统 IT 到云 4) 为什么需要云改 3、云的产业链 4、到底什么是虚拟化 5、为什么说企业将来必须要上云 6、企业虚拟化的三大痛点 7、企业虚拟化的解决方案	了解虚拟化并了解企业虚拟化的痛点所在
单元三	云计算的核心基础及概念解析	1、云改的起源与发展 2、国际标准组织的云改定义	了解网络的发展，架构，分类

		<p>3、云产品基础概念（1）-2个技术形态</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 虚拟资源池 ◇ 并行计算 <p>4、云产品基础概念（2）-4种服务模式</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ HaaS模型与典型案例 ◇ IaaS模型与典型案例 ◇ PaaS模型与典型案例 ◇ SaaS模型与典型案例 <p>5、云产品基础概念（3）-4种部署方式</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 私有云与典型案例 ◇ 社区云与典型案例 ◇ 公有云与典型案例 ◇ 混合云与典型案例 <p>6、云产品基础概念（4）-4种关键特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 按需服务 ◇ 资源池化 ◇ 高可扩展性 ◇ 业务可度量 <p>7、云产品模式下的IT产业演进模式</p> <p>8、云产品的其他组建解析：</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 云桌面概念及解析 ◇ 云网关概念及解析 ◇ CDN概念及解析 ◇ 云防御概念及解析 ◇ 弹性负载概念及解析 ◇ 云产品开发环境概念及解析 	及常用协议
单元四	云产品场景应用与销售能力提升	<p>1、云产品在政府、医疗、交通等八大行业的具体应用场景分别是什么？</p> <p>2、B端客户免费推广的六种方法</p> <p>3、云产品的不同场景下的销售话术模拟分解</p> <p>4、云端产品品牌推广的营销策略</p> <p>5、针对小企业和大企业的不同销售方式</p> <p>案例：</p> <p>1) 黄河三角洲云改中心、贵州移动云、北京工业大学科教云、大连理工云、用友云等场景应用。</p> <p>2) 真实销售场景模拟：销售话术、销售工具、销售策略</p>	了解云端产品的场景应用与销售能力提升
单元五	云产品的竞争对手分析	<p>1、阿里云和我们的区别</p> <p>2、腾讯云和我们的区别</p> <p>3、百度云和我们的区别</p> <p>4、华为云和我们的区别</p> <p>5、其他运营商云和我们的区别</p> <p>6、如何凸显我方云优势</p>	了解竞争对手产品和我方产品的优劣势
单元六	政企云化客户销售解析	<p>1、云产品的方案制作必须要注意的问题点是哪些</p> <p>2、云产品的方案制作流程是什么</p> <p>3、部署创新业务下的云产品销售场景分析及方案制作</p> <p>4、传统政企客户应用迁移上云的销售场景分析及</p>	学习和了解不同类型客户的顾问式销售该如何开展

		<p>方案制作</p> <p>5、灾备类客户的云产品销售场景分析及方案制作</p> <p>6、媒资云类客户的云产品销售场景分析及方案制作</p> <p>7、大数据类客户具体应用云产品的销售场景分析及方案制作</p> <p>8、能源类客户云产品销售场景分析及方案制作</p> <p>案例：金融客户、媒资客户、能源客户的云产品销售模拟实战和具体应用</p>	
--	--	--	--