

## 《集团客户经理“训战营”活动工作方案》

### 【课程大纲】

#### 一、AB类集团主推业务的营销技巧与营销话术

- (一) 客户经理集团单位服务走访与客户需求挖掘话术
- (二) 基于融合的宽带、终端、流量套餐及融合业务市场营销拓展提升
- (三) 集团客户融合市场拓展组合营销策略

#### ■移动专线营销的“切，挖，比，推，转”五步营销法

#### ■方案营销模式与应用说明/实例：专线的场景化营销技巧

#### ■给予客户利益的“比算推”营销套路

#### ■精准营销模式与应用说明/实例：异网专线的策反技巧

#### ■集团客户个人业务的顾问式营销推介与情景化营销技巧

#### 二、AB类集团单位专线商机挖掘与专线业务营销及异网策反

- (一) 集团客户专线产品营销技巧五步法
- (二) 集团产品的推广思维
- (三) 目标客户的识别与需求挖掘
- (四) 客户商机管理
- (五) 异网专线客户策反：异网策反切入点与关键环节把握
- (六) 异网专线策反的五步法

#### 三、CD类集团单位轻量级政企产品销售技巧提升

- (一) 企业上云技能实战培训
- 1、企业上云的商机挖掘与商机把握
- 2、集团经理企业上云营销七步法
- 3、企业上云的关键点把握与成功营销案例分享
- (二) 小微宽带聚类市场（酒店类）的专项营销实战
- 1、酒店宾馆专项产品的营销步骤与策略
- 2、基于客户价值提升的酒店信息化方案推介
- 3、服务回访+痛点挖掘+价值对比+业务营销的套路

#### 技巧总结话术通关

#### 实战方案制定与模拟练习

## 集团客户经理战训营实战安排计划

培训安排：1天集训+1天实战+0.5复盘总结			
时间安排		具体内容	地点
第一天 集中培训	8:30-9:00	领导开班动员 实战团队建设（启动大会）	培训教室
	9：00-12：00	一、AB类集团主推业务的营销技巧与营销话术	培训教室
	14：30-16：30	二、AB类集团单位专线商机挖掘与专线业务营销及异网策反 三、CD类集团单位轻量级政企产品销售能力提升	培训教室
	16：30-18：00	实战演练+话术通关+目标客户准备	培训教室
第2天 实战收割	8：30-8：45	早会：以小组为单位，准备每天的走访计划，以及预约开展、准备整理工具	培训教室
	8：45-12：00	每组3个目标意向、商机客户走访，实战营销	实战区域
	13：30-17：30	每组3个目标意向、商机客户走访 实战营销	实战区域
	17：30-18：00	晚复盘：当日走访复盘、商机/签单数据汇总、学员日报、学员经验总结和心得分享	培训教室
第三天上午 复盘总结	9：00-12：00	项目实战复盘总结： 1、实战风采和业绩成果展现 2、老师总结：针对实战课程中关键知识点回顾 3、实战经验和方法总结 4、优秀学员实战分享：选取3-4名优秀学员进行实战的分享 5、公司领导重要指示与常态化实战营销业务发展安排 6、全体合影留念	培训教室
说明： 1、公司咨询老师师团队2人 2、第一天授课，制定营销策反策略，总结方法，提炼话术，模拟实战学员话术通关 3、第二天分成三人一组，进行实战，没对走访6家以上客户，微信群打卡拍			

照管理，晒单激励，纪律监管

4、第三天下午召开复盘总结大会

5.集团业务营销方法经验实战技巧总结提炼

5、常态化集团业务实战营销开展布置

## 战训营实战准备：

1. 走访目标客户清单准备
2. 走访客户的宣传资料准备
3. 走访客户经理工装，工牌，调研表
4. 走访客户的合同准备
5. 营销实战激励政策
6. 营销业务政策说明

两天实战计划：

8:30——9:00 实战早会

9:00——12：00：以三人小组为单位，准备每天的走访计划，以及预约开展、准备整理工具

13:30——17:30 走访客户 实战营销

每组 6 个目标意向、商机客户走访（含首次拜访/二次拜访）

17:30——18:00 晚复盘：当日走访复盘、学员日报、学员经验总结和心得分享