

《技术营销全攻略》

主讲：刘畅

【课程背景】

作为技术人员，包括项目经理和研发工程师，愿意与冰冷的机器打交道，不太喜欢与人打交道，想到销售就更是难上加难了。或许是因为骨子里的清高自傲，看不起做销售的。或许是因为与机器打交道时间长了，已经习惯了这种工作方式，不愿意主动做出改变。通过多年企业销售的实践，我们发现技术型销售在客户的销售流程中可以起到非常关键的作用，而他们参与到销售的项目中也可以增加客户的粘性，实现与客户的共赢。本课程旨在帮助技术人员快速掌握技术营销的技能，推动企业销售业绩倍增，实现个人与企业的价值共赢。

【课程,收益】

- 掌握制造业企业技术营销的定位与职能
- 学会分析用户采购各个阶段技术营销的工作内容
- 建立自信心，驱除营销恐惧、倦怠、借口
- 熟练掌握技术营销的九大利器
- 学会分析采购决策中关键人物的诉求
- 快速掌握与商务营销配合的 ABC 法则
- 学习技术营销的策略及相应商务礼仪

【课程特色】 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】 技术服务人员，售前售后工程师，技术经理，技术总监

【课程时间】 2 天（12 小时）

【课程大纲】

一、 技术营销的定位与职能是什么？

1、技术支持的定位

- 商务营销的特点
- 制造业技术营销的特点
- 商务营销与技术营销的紧密结合

2、技术支持各个阶段商务与技术的分工

- 阶段一：敲门式营销
- 阶段二：方案式营销
- 阶段三：引导式营销
- 阶段四：系统化营销

思考练习：分析在我们目前的营销状态处于哪个阶段？

二、 用户采购流程分析及技术支持的工作对象与内容是什么？

1、用户采购流程分析

- 用户采购流程及决策链分析
- 用户采购流程各个阶段的工作内容
- 不同采购阶段参与人

2、关系营销如何配合技术营销

- 需求了解阶段商务的作用
- 技术如何配合商务设置技术规范
- 项目跟踪阶段，技术如何参与融合
- 测试阶段如何影响用户

3、采购决策中的 5 个关键人物怎么应对

- 九型客户的性格特征分析
- 决策者的需求
- 操作者和维护者的需求
- 卧底的关键作用
- 采购者要怎么应对
- 监理的作用不可忽视

4、技术支持工作的对象和目的

案例分析：试从客户的采购流程上分析，该工程师工作疏忽的地方？

三、 技术营销的九种利器是什么？

1、商务营销（销售为主体）

- 一般商务营销
- 灰色商务营销范畴

2、技术营销（技术为主体）

- 用户背景分析
- 技术交流及研讨会
- 点对点技术交流
- 方案销售
- 测试及技术演示
- 巡检及客户回访
- 技术规范提供
- 电话及邮件营销
- 售后服务

3、商务营销与技术营销配合的 ABC 法则

- 赞美是投资回报率最低的方法
- 善用语言的力量
- 充分发挥黑白脸的作用

案例分析：某局长期使用 A 厂家和 B 厂家的传统产品，2 个厂家产品在该局的市场占有额比较固定，目前暂不考虑采用其他厂家的传统产品。此时 C 厂家准备进入该局市场。准备采用推广新产品的策略，假设销售前期在该局做了不少商务铺垫工作，试从技术支持的角度分析需要做哪些技术工作？

四、技术营销的几种策略及商务礼仪？

1、如何引导客户？

- 引导客户的五个步骤
- 刺猬的三环理论
- 快乐鱼的哲学
- 麦肯锡的信任公式

2、如何进行差异化策略？

- 产品差异化
- 服务差异化
- 价格差异化

3、占位式营销

- 资源占位
- 空间占位
- 思想占位
- 品牌占位

4、病毒式营销

- 陌生环境/不安全感
- 感兴趣的领域

5、如何掌控用户，把握市场

- 梳理品牌权威
- 让客户获得正面感知的刺激
- 让正面感知的刺激经常发生
- 尽快消除负面感知
- 持续跟踪实现正面刺激的强化
- 决策的慢系统与快系统
- 不走寻常路

五、如何组织高效的技术团队营销？

1、高效技术团队营销的关键

- 建立统一营销战线，实现三维式立体营销
- 成立临时“攻关小组”，发挥尖刀作用
- 建立督導體制，防止工作误差及项目推广脱节

2、行业负责人工作策略

- 整合资源
- 实现高压策略
- 付出努力野心动机=成功，被尊重，被认可，价值的体现
- 销售需要不抛弃不放弃

3、地区团队工作策略

- 方案策略
- 品牌策略
- 服务策略
- 技术策略

4、公关小组工作策略

5、督导的作用

六、总结与终极 PK

案例实战剧本杀