
产品方案的设计、呈现与讲解

【课程背景】

政企客户是营销体系中重要的对象，其具有价值高、开发周期长等特点。随着市场环境和要求的不断变化、当今在面对政企客户时，要更注重销售的规范性、价值的直观性，因此，做好产品方案的设计，通过高效的讲解吸引客户，快速、直接的将核心价值传递给客户，是做好政企客户销售的重要途径和必备能力。

【课程收益】

- 了解产品方案设计、呈现与讲解的核心价值与目标
- 掌握结构化思维设计产品方案的方法
- 学会运用四步法做方案呈现
- 学习制作优秀的方案呈现材料
- 掌握具有感染力的方案讲解技巧

【课程特色】

以面对政企客户时的价值输出为主线，从思维到方法再到技巧的对产品方案设计、呈现和讲解进行全方位学习，大量实战技巧和工具的应用，丰富的现场联系，来源实战，落位实战。

【课程对象】

一线销售管理者

【课程时间】

1天，约6课时

【课程大纲】

一、产品方案设计、呈现与讲解的核心价值与目标是什么？

1. 产品方案设计、呈现与讲解的核心价值

- 核心价值：匹配客户需求，解决痛点
- 客户需求的“冰山理论”
- 客户接受新事物的过程：认知—思考—趋利—接受—习惯

2. 产品方案设计、呈现与讲解的目标

- 理性层面：价值展示：①产品（服务）价值②合作价值③延续性价值
- 感性层面：吸引与兴趣：①有利的②有趣的③未知的

二、如何做好产品方案的设计？

1.结构化思维—产品方案设计的出发点

- 什么是结构化思维
- 结构化思维的四个基本点
 - ◇ 结论先行
 - ◇ 上下对应
 - ◇ 分类清楚
 - ◇ 排序逻辑
- 纵向结构思维与横向结构思维

思维整理工具：Mind

2.产品（服务）方案设计的结构

- 产品针对的问题
- 产品形态
- 产品核心功能
- 产品关键使用方式
- 产品应用场景展示
- 价值数据展示

三、产品方案如何有效呈现？

1.方案的呈现≠呈现方案本身

- 呈现的原则：
 - ◇ 关键与价值提炼
 - ◇ 思维引导
 - ◇ 感性认知

2.方案呈现的四步法

- 讲行业
- 讲公司
- 讲产品
- 讲个人

3.优秀呈现形式：以 PPT 为主要载体

- PPT 的语言：“三三制”
 - ◇ 三秒原则

- ◇ 三要原则
- ◇ 三留原则
- PPT 排版
- ◇ 图文排列模式
- ◇ 什么情况下需要图片
- ◇ 找什么样的图片
- ◇ 找到后如何使用图片
- ◇ 字体与颜色
- 内页排版
- ◇ 版心构图
- ◇ 十字线构图
- ◇ 九宫格构图
- ◇ 黄金比例构图
- ◇ 收纳筐式构图
- 动画设计

四、如何打造具有感染力的方案讲解？

1. 一场精彩的讲解需要具备的两大要素：理性与感性并存

- 理性与感性并存；兴趣与价值
- 有感性无理性：好听、热闹但没有主题
- 有理性无感性：有价值，但听不进去
- 既无理性又无感性：浪费时间与机会

2. 讲解准备——无一例外的成功前提

- 预演未来——演讲内容成功的前提
- 永远的“第二套”方案
- 情绪密码：状态的“情绪银行”
- 黄金开场——故事化的频道建立

3. 讲解过程中七大要素

- 语言
- 声音
- 眼神

- 表情
- 站姿
- 手势
- 移动

4.现场互动—方案讲解的“升维”战术

- 预留足够的互动空间
- 学会倾听听众的提问
- 如何巧妙回答提问