

## 《电力市场创新与业务能力提升》课程教学大纲

**课程名称：**《电力市场创新与业务能力提升》

**课程性质：**内训

**培训对象：**管理人员

**教学时长：**1-2 天

**【课程收益】** 企业营销每到达一个阶段后就会产生新的瓶颈，增长乏力，很抓执行力也见效甚微，主要是一些惯性的思维方式禁锢了我们的创新思维。切不可用“业务的勤奋掩盖了思想的懒惰”。没有自我创新就会被颠覆和超越。在全球经济一体化的今天，国有、央企也没有避风港，随着新基建、新能源、工业互联网、大数据、云计算科技的到来，国网的创新与改革迫在眉睫。本课程借鉴了国有企业、民营企业创新的案例，借鉴行业外的经营经验，用创新的思维引领市场，创造价值，用创新为企业带来效益，对每个学员有非常好的启示作用。。

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习，现场互动以消化课程的课程内容。

### 确保效果的培训方式

#### ① 课程时间分配：

理论讲解 40%    实战练习 20%    课堂互动 20%

重点案例 10%    工具使用 10%

② 整个培训包括案例分析、现场解答、影视片段等形式，让学员处在紧张、热烈、投入的状态中，老师讲授的观点简单实用，容易掌握、方便记忆，学员可以系统地学习创性的理念、原则和方法，达到学完就用，而且用之有效。

**喻国庆** 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，又有十年的营销咨询师的积累，专注营销创新领域，其课程既实战落地又有理论高度。

### 教学纲要

#### 第一章：创新赢得市场的案例

##### 一、央企国企的创新案例

1. 案例：合肥的“冒险”终入万亿俱乐部
2. 案例：中粮集团全产业链升级
3. 案例：产业整合与资本运作-中远修船
4. 案例：央企再造与产业领袖-中外运集团
5. 案例：经营创新海尔的“创客体”与阿米巴
6. 案例：中海油实验室的市场化运作

## 二、电力系统的创新案例

1. 案例：电力：新基建：北京大兴机场
2. 案例：电力：新能源：合肥七站合一
3. 案例：电力，互联网+智慧能源示范项目”
4. 案例：电力，江苏能源云网大数据服务社会
5. 案例：电力，红星美凯龙北京市北五环店的光伏改造
6. 案例；电力，上海营业厅的新业务开展

## 第二章、客户分析的方法及工具

1. 定性预测
  - 1) 购买者意向调查法
  - 2) 销售人员综合意见法
  - 3) 专家意见法
  - 4) 市场式销法
  - 5) 市场因子推演法
2. 定量预测法
3. 工具：数据分析工具应用
4. 工具：SWOT 分析使用
5. 客户的 RFM 分析法、

## 第三章：客户价值评估

### 一、客户数据分析与客户画像

1. 客户数据分析
2. 预测客户的购买倾向
3. 增加互动的技巧
4. 增加客户忠诚度的技巧
5. 互联网精准营销关键词
6. 客户画像的方法
7. 客户画像后的 RFM 分析法
8. 客户画像后的数据分析图表
9. 建立客户连接点

### 二、客户价值评估维度指标

1. 现在价值
- ✓ 利润价值

- ✓ 销量价值
- ✓ 服务成本价值
- 2. 未来价值
- 3. 社会价值

### 三、衡量客户的重要度有三个基本原则

### 四、客户价值评估常用的工具与模型

1. RFM 模型
2. CLV 模型，客户生命周期价值模型
  - ✓ 投入成本低
  - ✓ 投入成本低
  - ✓ 目前利润高
  - ✓ 目前利润低
  - ✓ 未来利润高
  - ✓ 未来利润低
3. 客户社交价值模型
  - ✓ 客户社交活跃度模型
  - ✓ 顾客影响力模型
4. 确定信用评估标准
  - ✓ 筛选信用评估要素指标
  - ✓ 选择信用评估数学模型，并建模、验证；
5. 客户忠诚度评估

### 五、客户价值评估运用

1. 客户价值应用-差异化客户分级管理
2. 客户价值应用-客户保有
3. 客户价值应用-精确营销

## 第四章 客户沟通的方法技巧

### 1. 提问的常见类型

### 2. 业务沟通的八项内容

- 1) 暖场类问题
- 2) 确认类问题
- 3) 信息类问题
- 4) 态度类问题
- 5) 承诺类问题
- 6) 顾虑类问题

### 1. 工具：问话的六大模型

3. 我们会听吗？
4. 我们会说吗？
5. 我们会问吗？
6. 客户行为的心理分析
  - 1) 眼神的分析与判断
  - 2) 面部表情的分析与判断
  - 3) 肢体语言的解读
  - 4) 语气语调的分析与判断
  - 5) 客户公司地位的判断

- 6) 客户办公场景的解读
  10. 不同类型的客户心理分析及对策
    - 1) 犹豫不决型客户
    - 2) 脾气暴躁型的客户
    - 3) 沉默寡言性的客户
    - 4) 节约俭朴型的客户
    - 5) 虚荣心强的客户
    - 6) 贪小便宜型的客户
    - 7) 滔滔不绝型客户
    - 8) 理智好辩型客户
  11. 如何建立信任感
    - 1) 营销人员的“精气神”
    - 2) 营销人员穿着与仪容
    - 3) 营销人员表情与动作
    - 4) 语言节奏与语音语调
    - 5) 守时守信信
    - 6) 证人与证言
    - 7) 专业性的体现
    - 8) 辅助资料 and 工具
    - 9) 信任感的具体体现
    - 10) 提问中遵循的 FCOUS 提问法
    - 11) 工具：介绍产品的 FABE 模式
    - 12) 工具：SPIN 销售法
- 案例：如何建立产品的信任状

## 第五章：如何与客户建立信任感

1. 营销人员的精气神
2. 如何寻找契合点
3. 营销人员穿着与仪容
4. 营销人员表情与动作
5. 语言节奏与语音语调
6. 守时守信信

7. 证人与证言
8. 专业性的体现
9. 辅助资料 and 工具
10. 信任感的具体体现
6. 客户的 CLV 分析法，

## **第六章：客户行为语言的心理分析**

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 客户服饰的解读
8. 案例：WTO 谈判的启示
9. 案例：邓总的肢体语言

## **第七章：如何破解客户的抗拒感**

1. 巧说反话，迂回攻心
2. 用一点压力促使客户果断下单
3. 欲擒故纵，表露不情愿心理
4. 小恩小惠好做大买卖
5. 巧对客户的价格异议
6. 让利改变客户的心理
7. 同理心使客户与你走的更近
8. 迎合客户的上流阶层意识
9. 用小话题掀起客户的情感大波澜
10. 案例：啰嗦型的客户影响工作怎么办
11. 案例：如何搞定变卦的客户？
12. 工具：SPIN 销售法的运用

## **第八章：解决方案式销售的特点及操作**

2. 什么是解决方案式销售
3. 解决方案式销售 VS 传统销售
4. 解决方案式销售的特点
5. 解决方案式销售的核心步骤

6. 如何提高客户利润
7. 利润增长提案 PIP 数值
8. 利润增长提案内容
9. 解决方案式销售的要素
10. 解决方案式销售操作过程
11. 使买方说得更多
12. 使买方更能理解你
13. 使买方遵循你的逻辑去思考
14. 使买方进行有利于你的决策
15. 解决方案式销售的基本要素
16. 解决方案式销售的流程
17. 解决方案式销售应注意的问题
18. 解决方案式销售的应用技巧
19. 倾听技巧
20. 解决拒绝技巧
21. 解决解决方案呈现技巧
22. 掌握政府及大客户营销的节点
  - ✓ 组织结构及核心人事
  - ✓ 客户的业务流程
  - ✓ 客户的核心需求
  - ✓ 客户经营状况
  - ✓ 客户的保洁规模
  - ✓ 客户的付款方式
  - ✓ 商务谈判及招标的要点
  - ✓ 。。。

## 第九章：解决方案式营销的成交

1. 消费者心智解读
2. 购买动机解读
3. 如何营造成交氛围？
4. 客户成交预测五步法
5. 成交的七大信号
6. 成交的二十种方法
  - 1) 直接要求成交法
  - 2) 非此即彼成交法
  - 3) 特殊让步成交法
  - 4) 最后机会成交法
  - 5) 激将成交法
  - 6) 假设成交法
  - 7) 小点成交法
  - 8) 保证成交法

- 。。。。
7. 案例：“倔处长”是如何突破的

## 第十章：如何用 PPT 内容打动客户

1. 大数据时代的 PPT 设计
2. PPT 设计的色彩与风格
3. PPT 素材的来源与选择
4. 销讲 PPT 的四化法则
5. 销讲 PPT 的四种表现法
6. PPT 的结构与内容
  - 1) 如何理解金字塔结构
  - 2) 如何做到：虎头、猪肚、凤尾；
  - 3) 生动化：痛点、痒点、卖点、兴奋点；
  - 4) 好内容：产品旺销、价值体现、能卖货、逻辑性
7. 案例：可口可乐对 PPT 文本的审核
8. 工具：KISS 原则
9. 工具：PPT 模版资料库

## **第十一章：沟通说服技巧**

1. 销售是感性与理性交替的过程
2. 说服性沟通设计
3. 让人顺从的六大心理秘笈
4. 消除沟通障碍的方法
5. 掌握客户的资讯
6. 掌握客户购买程序
7. 如何建立客户信任
8. 产品展示技巧
9. 工具：产品介绍的 FABE 法
10. 案例：如何发挥团队力量
11. 案例：如何化解尴尬气氛

## **第十二章：销讲师的专业技能**

1. 销讲在成交过程中的重要性

2. 销讲的三个步骤
3. 销讲的设计思路
4. 销讲前的准备
5. 销讲的演练与PK
6. 产品销讲技能
7. 客户听众分析
8. 如何提高演说能力
9. 如何控制紧张情绪
10. 如何建立王者气场
11. 现场演练环节
  - 1) 口头语言技巧练习
  - 2) 肢体语言技巧练习
  - 3) 眼神的运用及练习
  - 4) 常用手势及练习
  - 5) 提高感染力的练习
12. 案例：小贾如何克服演讲技巧
13. 工具：设计话术的技巧

### **第十三章：产品沟通的基本步骤**

1. 步骤一：事前准备
2. 步骤二：确认需求
3. 步骤三：阐述观点
4. 步骤四：处理异议
5. 步骤五：达成目标
6. 步骤六：落地实施
7. PPT 制作的主要原则
  - 1) 每片最好 6 ~ 8 行
  - 2) 每行最好 6 ~ 8 个字
  - 3) 合适美观的字体和字号
  - 4) 美观的页面设计
  - 5) 每片最好一个主题
  - 6) 内容设计合理，有针对性
8. 产品解决方案的呈现四化

- ✓ 故事化
  - ✓ 通俗化
  - ✓ 图形化
  - ✓ 场景化
9. 工具：卖点提炼技巧

10. 工具：5W1H

#### 第十四章：产品的演讲过程

##### 壹、 开场白

1. 称呼
2. 问好
3. 感谢
4. 自我介绍
5. 气氛调节

##### 贰、 演讲内容

1. 阐明意图
2. 明确观点
3. 以符合逻辑的顺序演讲
4. 核心内容展示

##### 参、 总结部分

1. 如何结尾
2. 结束时要集中听众的注意力— 收缩性语句
3. 总结：回顾内容、强调重点、得出结论
4. 启发性问题
5. 工具：FBAE 介绍法
6. 工具：SPIN 介绍法
7. 案例：邦迪的产品故事化

#### 第十五章：产品演绎的“编”“导”“演”

##### 壹、“编”

1. 活动策划
2. 主题确定
3. 专家讲解内容
4. 工作流程
5. 人员分工
6. 话术

##### 二、“导”

1. 会场控制
2. 主持人
3. 对应服务
4. 会场布置
5. 吸引人的方法

##### 三、“演”

1. 事前准备
2. 专业评审
3. 现场演练

4. 会议控制

5. 合作者

## 第八章：人际交往中的沟通技巧

### 一、如何克服“怯场”

1、人人都会专“怯场”的

2、寻找热情而友好的面孔

3、不把听众“放在眼里”

4、运用语言暗示减压

(1) 深呼吸法

(2) 自我放松法

(3) 闭目养神法

(4) 凝视物体法

(5) 萨尔诺夫挤压法

(6) 撞击法（释放能量法）

### 二、演讲中的“手、眼、声、步”法

### 三、沟通中的“听、说、问”能力

1. “听”的能力

2. “问”的能力

3. “说”的能力

4. 如何赞美人

5. 工具：人际交往中的肢体语言

6. 工具：发音吐字的方法

7. 案例：邓普方在合肥残联