

《商机发掘与客户推广》课程教学大纲

课程名称：《商机发掘与客户推广》

课程性质：内训/公开课

教学时数：1-2天

教学纲要：

第一章：什么是商机挖掘

1. 商机的特征

- ✓ 不确定性
- ✓ 隐蔽性
- ✓ 超值性
- ✓ 时效性

2. 商机挖掘的意义

3. 如果不挖需求，或只挖到表面需求，将会怎样？

4. 商机需求的分类

5. 挖掘商机六个步骤

讲解：商机稍纵即逝，如何把握住客户拜访的频率和节奏，把有效的时间用在正确的客户身上，产生最大的效益，这是我们去抓住商机的重要意义。只有对商机深入的了解，我们才能够。不放弃一个个有效的机会，也没有必要在非商机的客户身上耗费时间，从而提高工作效。

第二章：B2B 客户推广的传播方式

1. 技术推广会

2. 新产品发布会

3. 小型推广会（一桌会）

4. 自媒体传播

5. 短视频传播

6. 客户见证

7. 行业意见领袖站台

8. 行业权威排名

9. 行业评选

10. 样板客户打造

11. 样板行业打造

讲解：在互联网时代，利用自媒体传播的媒介和社会资源是我们数字化产品推广的非常好的有效果方法，避免了坐等客户，或者“打靶子”式，单一客户进行攻坚的传统做法，让更多的客户主动来找我们。

第二章：目标客户开发及挖掘

1. 市场细分遵循的几个原则？
2. 市场调研数据的使用
3. 行业与区域市场形状
4. 如何精准确定我们的鱼塘

5. 寻找客户的方法有哪些
6. 客户分析的四个重点
7. 客户开发的十大误区
8. 寻找客户的十大方法
9. 如何让客户主动找我们
10. 案例：这张客户信息表的问题在哪里？
11. 工具：开户开发的十大思维
12. 工具：头头是道的运用

找准目标客户，运用正确的客户画像和客户需求开发，避免客户开发当中的误区，正确运用客户开发的思维方式和手段，有针对性地拿下客户。