

---

# 《行业数字化解决方案设计与营销实战》

## 培训大纲

### 一、课程亮点：

1. 课程立足于重点大行业，从共性和个性两个角度对行业进行了分析，  
以帮助学员制定出合理的数字化解决方案；
2. 课程全程采用沙盘模拟教学，以帮助学员提升行业数字化方案制作和呈现的实战能力；
3. 在课程结束后，每个小组将产出相应的行业分析和数字化方案研究成果，  
可为后期不同行业数字化方案制作与推广提供参考依据。

### 二、课程目标：

1. 了解行业数字化发展趋势，明确现阶段数字化状况；
2. 深入探讨行业构成、业务链条和数字化机会，成为不同行业“专业”人士；
3. 明确移动数字化解决方案可以为行业客户提供的帮助，找准推广卖点；
4. 学习行业数字化解决方案的设计思路及制定方法，能够根据不同行业制定个性化营销方案；
5. 掌握行业数字化方案的推广路径，制定个性化推广策略；

---

6. 通过沙盘模拟，学会不同行业数字化方案制定与推广的技能，成为真正的行业顾问。

**三、授课对象：**行业经理、产品经理、政企客户经理

**四、授课方式：**采用讲师讲述、案例分析、分组讨论、互动答疑、情景模拟演练等方式

**五、授课时长：**2天（12小时）

**六、课程纲要：**

**第一部分、5G时代政企客户营销模式创新与拓展策略**

- 1、5G和数字化时代 政企营销模式的转变
- 2、从 ICT 数字化营销向行业数字化营销转变
- 3、新时期行业数字化营销的关键在推动企业的发展：
- 4、行业数字化营销是未来运营商竞争的核心优势
- 5、行业数字化营销的关键推广特点与推广模式
6. 5G+ABC 的行业数字化面临的挑战与机遇

**第二部分、行业数字化发展趋势与特点**

- 1、数字化三阶段
- 2.数字化应用：企业——行业——产业

---

3.案例分析：企业级与行业级数字化对比

4.行业数字化发展的整体趋势

5.行业数字化发展对电信运营商的挑战

6.常见数字化产品与知名 IT 服务企业

——工具总结：电信运营商公司标准产品/业务速查表

——课堂练习及产出内容：公司标准产品/业务速查表

### **第三部分、行业数字化行业设计思路：**

1、政企的竞争已从关系的竞争向顾问式的竞争转变；

2、建立顾问式竞争能力的关键方法是：行业数字化研究能力；

3、培养行业数字化研究能力的关键能力：

4.行业整体组成与整体特点分析能力；

5. 行业价值链的分析与理解能力；

6.行业不同组织结构的组成与判断能力；

7. 行业数字化发展趋势的趋势分析能力；

8.行业数字化发展问题与需求的分析能力；

9.行业数字化解决方案的设计与制作能力；

10.建立行业数字化研究分析的工具支撑：

---

## 11 . 行业数字化工具的演练与应用

### 第四部分、行业数字化解决方案设计

#### 1、 数字化时代 行业整体认知

#### 2、行业数字化现状、模式与发展趋势

##### 2、1 政府机关内部解密

- ✓ 政府机关基本特点
- ✓ 政府数字化发展现状
- ✓ 政府数字化发展存在的问题

##### 2、2 交通物流行业内部解密

- ✓ 物流行业基本特点
- ✓ 物流行业数字化发展现状
- ✓ 物流数字化的五大瓶颈

##### 2、3 金融行业内部解密

- ✓ 金融行业基本特点
- ✓ 金融行业数字化发展现状及思路

##### 2、4 教育行业内部解密

- ✓ 教育行业基本特点

- 
- ✓ 教育行业数字化发展现状
  - ✓ 教育行业数字化将面临的挑战

## 2、5 医疗行业内部解密

- ✓ 医疗行业基本特点
- ✓ 医疗行业数字化发展现状
- ✓ 医疗行业数字化未来发展重点

——案例分析：杭州电子政务应用情况分析

——案例分析：厦门无线城市应用情况分析

## 3、行业的行业特点及需求深入研讨

- ✓ 客户经理工作重点——分析行业现状，挖掘客户需求
- ✓ 不同行业价值链深入探讨
- ✓ 如何从客户的顾虑得到客户需求
- ✓ 客户不同层次需求的差异化分析
- ✓ 影响 政企客户购买需求的因素
- ✓ 政企客户的购买动机是如何形成的
- ✓ 情景模拟：政企客户需求的探寻技巧

## 第五部分、行业数字化方案的制定与呈现

- 
- 1、 行业数字化机会点分类、归纳、汇总
  - 2、 行业数字化解决方案的设计思路及功能定义
  - 3、 行业数字化解决方案制作技巧
  - 4、 设计 行业数字化解决方案个性化要素
  - 5、 数字化解决方案的包装、命名
  - 6、 行业数字化方案整体的设计与呈现

——工具总结：突出行业特色和组织个性的数字化方案

——课堂练习及产出内容：借助行业研究模板做课题

——需求分析：多维度、多角度分析和落实客户的需求，归纳汇总机会点

——设计方案：结合数字化产品供需，融入行业个性化因素

——包装优化：突出解决方案的优势、亮点，吸引客户注意力

## **第六部分、如何让政企客户理解接受解决方案**

- 1.** 从政企客户的角度来设计呈现方案
- 2.** 按客户逻辑来说明数字化方案
- 3.** 提出概念前的征询与铺垫技巧
- 4.** 如何简要介绍功能而不展开
- 5.** 方案使用后的益处总结和情景描述
- 6.** 归结方案优势，展现方案亮点

---

案例分析：客户经理为什么陌生拜访中会屡次失败

实战演练：如何向客户有效呈现方案

## 第七部分 政企客户关系维系方法与销售技巧

1. 摸准客户的需求用科学的方法赢得客户的青睐
2. 客户的期望与感受到的服务之间的 5 个差距
3. 心理学原理对“超越期望，赢得忠诚”的证明
4. 政企客户客户维系的方法和技巧
5. 满足客户的期望利用合作关系满足客户的个性化需求
6. 政企客户深度营销找准新的营销切入点
7. 给予客户关系的关系营销策略与方法
8. 政企客户的案例营销与标杆营销策略
9. 基于业务的客户深度捆绑营销
10. 把客户的小事当大事来做赢得客户长期合作

## 第八部分、课程回顾与总结 团队实战方案设计与呈现

(完)