

# 培训公司市场开发与机会把握-最佳实践

## 课程大纲

### 1. 课程背景：

由于我国工程建设市场发展速度较快，而人才是工程建设企业发展的核心竞争力的最主要因素。人才培养的主要问题则由培训公司或是专业机构进行处理，但目前多数培训公司缺乏统一的管理体系，精准的市场机会把握能力，导致在开发过程中无法精准匹配客户需求和真实目的。以至无法成交。本课程则重点解决上述问题及相关风险。

### 2. 课程目标：

课程结束后，学员将能够：

- ✓ 充分了解工程公司培训机会的产生过程
- ✓ 能够独立或是带领团队完成培训机会的把握和最终签单
- ✓ 掌握项目开发沟通过程中各种风险点
- ✓ 组建和完善培训公司的开发团队和部门
- ✓ 了解和掌握项目开发过程中的实施策划流程
- ✓ 了解和掌握项目的开发过程中的方案制作过程
- ✓ 了解和掌握项目市场开发过程中的沟通技巧
- ✓ 了解和掌握项目在客户单位的决策过程
- ✓ 了解和掌握项目在客户单位的基本需求
- ✓ 了解和掌握客户采购的基本心理和出发点
- ✓ 了解和掌握客户培训采购的基本手段
- ✓ 建立相对合理的投标基本流程和风险点
- ✓ 培训公司市场销售人员的基本能力要求点

### 3. 学员要求及组成：

- ✓ 要求有至少一年的相关工作经验（市场销售）。
- ✓ 学员人数建议不超过四十人。
- ✓ 建议 6-8 人一个小组。

#### 4. 课程时间：

- ✓ 建议一天或两天，可以根据现场情况调整

#### 5. 教室布置：

- ✓ 采用鱼骨式布置桌椅
- ✓ 需要配置大白纸和白板笔等
- ✓ 需要配置教师用大白板

#### 6. 教学方法：

- ✓ 传统授课、课程互动、小组讨论分析。

#### 7. 课程大纲：

##### 第一章：工程公司基本架构和管理方式

- 工程公司基本架构
- 核心央企客户
- 地方大型国企客户
- 什么样的客户会有培训需求
- 思考：客户从哪里寻找

##### 第二章：工程公司采购需求分析

- 内容要求
  - 现行承包模式
  - 现行管理模式
  - 现行融资模式
- 流程要求
  - 业务流程
  - 沟通流程
  - 采购流程
- 时间要求
  - 采购阶段性
  - 采购集中性

### **第三章：工程公司采购基本流程和要求**

- 采购预算判断与分析
  - 系统课程采购分析
  - 课程价格谈判分析
- 采购前期的发起部门需求分析
  - 业务结构与特点
  - 培训预算处理问题
  - 个性化困难与需求
  - 需求部门负责人问题判断分析
- 采购过程中人资部门的作用分析
  - 人资部门组织作用
  - 人资部门决策作用分析
- 采购过程至签约过程分析
  - 签约过程时间控制分析
  - 签约过程比较问题分析

### **第四章：市场开发过程中的信息寻找和筛选**

- 工程公司的培训机会寻找
  - 固定客户
  - 传统客户
  - 开发新客户
- 客户开发渠道分析
- 开发过程中的信息筛选

### **第五章：开发过程中的整体流程设置安排**

- 培训开发工作计划
- 培训开发过程中的沟通计划与实施落地

### **第六章：开发过程中的方案处理与沟通**

- 培训方案编制问题
- 方案过程中风险问题
- 方案过程中修改处理
- 方案编辑与处理分析

## **第七章：开发人员日常能力提升**

- 基本人员素质要求
- 核心人员出处
- 人员培养
- 人员赋能

## **第八章：内容总结**

- 学员提问
- 答疑与交流
- 结束