

“挖掘新需求，决胜新赛道”--CHBN 市场拓展策略

◆ 培训目标：

- 解读 2021 中国移动工作会关于市场运营部分的会议精神，强化提升基层作战单元对 CHBN 四大市场的新赛带的认知能力和小 CEO 意识，学习新时期市场运营管理的背景和前景，统一思想，端正基层管理和一线人员态度，形成合力；
- 解决营销人员营销技能储备不足的问题，学习根据新赛道的理念平衡 CHBN 市场发展，避免出现“瘸腿”现象导致的业务发展不均衡问题；
- 提升基层营销人员，如网格长的营销管理能力和网格经理的营销技巧，培养网格经理内生式的销售素质。
- 解决区域营销业绩管理的难题，帮助细分市场负责人员有效地管理网点的主动营销，督导和保证渠道的综合营销业绩。

.....

课程以中国移动 2021 工作会会议精神为蓝本，以全国各地

优秀基层市场营销管理和经营经验为素材，切切实实地解决电信运营商所在区域中市场管理和绩效达成的问题，提升网格建设和管理的能力，提高区域市场的营销业绩的技能!

◆ **培训对象：**

各公司分管市场管理人员，营销主管；网格长；网格主任等

◆ **课程大纲：**

第一部分、5G 时代的电信业务竞争形势分析与“新赛道”的提出背景

- 5G 时代的通信市场运营的发展趋势与竞争格局
- 三大运营商区域竞争策略与突破点分析
 - ✓ 各运营商区域市场竞争 SWOT 分析
 - ✓ 破局对策与网格化管理

➤ 三大运营商市场管理模式分析

➤ 中国移动 CHBN 新赛道发展策略：

- ✓ 现有市场发展模式的问题诊断
- ✓ 新赛道新在哪里
- ✓ 2C 市场新赛道
- ✓ 2B 市场新赛道
- ✓ 2H 市场新赛道

案例：北京移动、辽宁移动、江苏移动、广东电信、上海电信、北京电信新的发展模式探索

二、公众、家庭市场新赛道：家庭客户、存量客户保有和价值提升新策略

1、5G 时代家庭客户经营新变化形势

- 家庭客户新的发展机遇
- 家庭客户新的发展策略

2、5G 时代客户新增及流量价值经营的特征

- 场景营销、精准营销发展个人客户
- 携号转网应对及存量高价值客户保有

案例研讨：1、韩国SK TELOM 是如何达到户均17.9G？

2、vodafone 是如何平衡wifi 与4G 流量？

3、5G时代的存量客户价值提升的关键环节

- ◆ 如何推动4G客户升5G套餐
- ◆ 流量架子和如何提升
- ◆ 多卡多待终端客户如何保有
- ◆ 套餐饱和度持续降低该如何应对

三、政企业务新赛道：5G、云+DICT 创新业务融合发展

(一) 云计算的未来：云网融合、云边融合

- 1、网络智能化：SDN+NFV+云，实现“网络云化”和“新老协同/能力开放”
- 2、SD-WAN 云专线、云原生和云卸载
- 3、云计算进入下半场带来的发展新机遇

(二) 运营商大数据应用与发展

- 1、运营商大数据的发展新模式和新趋势
- 2、运营商大数据在新时期的发展新策略
- 3、三大运营商大数据技术对比和运营商的优势分析

(三) 运营商物联网的发展情况

- 1、物联网的发展新阶段 AIOT
- 2、物联网终端新产品介绍
- 3、物联网发展新政策和新模式
- 4、三大运营商物联网应用情况及运营商的优势分析

四、渠道转型新赛道：新型营销体系和渠道管理

(一) 新时期的运营新特点和新要求：

- 5G时代的运营新要求
- 高质量发展的落地实施思路
- 新零售给运营商渠道管理带来的启发

(二) 运营商渠道协同概念的提出和渠道转型实践要点呢

- 1、从博弈到协同：渠道协同与渠道融合

2、 渠道协同的基础：

3、 构建以客户为中心的多渠道立体化渠道协同体系

4、 论据: 4、 1 案例分析：三大运营商渠道协同现状与协同提升

4、 2 渠道协同博弈到协同的研究

(三) 电子渠道协同运营管理技巧：从虚到实、建立一体化运营体系

五、总结和具体分析探讨