

5G时代的网格内营销体系构建及 CHBN 场景化营销实战策略

◆ 培训目标：

- 解读 2021 中国移动工作会关于网格运营部分的会议精神，强化提升网格长的认知能力和小 CEO 意识，学习网格化管理的背景和前景，统一思想，端正入格人员态度，形成合力；
- 解决基于全景化视图的网格营销体系建设的问题，充分考虑网格责权利的前提下建立面向业绩提升、可执行的网格化营销体系；
- 解决网格营销人员营销技能储备不足的问题，学习场景化营销的方法和具体实施策略，学习根据网格类型平衡 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。
- 解决网格片区业绩管理的难题，帮助网格经理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 年网络经营主要考核指标为核心，以广东东莞、浙江温州、辽宁阜新等全国各地优秀网格长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网格市场管理的问题，提升网格建设和管理的能力，提高网格区域的营销业绩的技能!

◆ **培训对象：**

各公司分管网格管理人员；网格长；网格主任等

◆ **课程大纲：**

第一部分：统一思想--5G 时代的电信业务竞争形势分析与网格发展战略

- 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的由来
- 三大运营商区域化、精细化管理模式分析
- 运营商网格化发展策略：
 - ✓ 网格化管理的意义、
 - ✓ 网格化管理解决的问题、

✓ 网格化的发展趋势

案例：北京移动、辽宁移动、江苏移动、广东电信、上海电信、
北京电信网格化的发展探索

第二部分：利工具-利用网格地图进行网格区域化营销规划，区域市

场细分划分原则与技巧

- 网格化管理的“三无”现状：
 - ✓ 无规划、无标准、无执行力；
- 利用网格地图进行市场洞察、商机规划，制定发展计划的总原则
- 网格内场景营销、区域化营销的规划原则和发展定位：
 - ✓ 未战而庙算胜者，得算多也；
 - ✓ 规划的 ABC 和 123 原则；
- 全息视图管理网格划分类别
- 实现了对区域市场全覆盖的六大类网格场景划分及拓展策略：
 - ✓ 商务楼宇网格、开发园区网格、社区网格、空地网格、非聚
类与特征聚类单元
 - ✓ 小网格与大网格区分
- 网格价值品质定位与评价：

- ✓ 评定网格价值贡献、划分网格等级的依据

案例：江苏南通的网格场景划分技巧，上海电信网格划分的技巧、
广东联通网格规划原则

第三部分：学方法-- 网格化营销体系的建设与实践案例分析

- 网格化营销体系建设原则：

- ✓ 原则一：均衡原则：

同一物理网格内逻辑网格的划分尽量均衡，客户数量、客户收入、发展潜力平均

- ✓ 原则二：便于管理

- ✓ 原则三：无遗漏

实现逻辑网格内客户的无缝覆盖，

- ✓ 原则四：简便操作

- 网格化营销体系建设的技巧：

- ✓ 高效网格建设的八技法

第四部分：完指标--不同场景内的 **CHBN** 业务拓展实战

- 社区/家庭业务拓展

--模式选择、拓展步骤、话术

➤ 5G 客户发展和产品拓展

--模式选择、拓展步骤、话术

➤ 权益类产品拓展

--模式选择、拓展步骤、话术

➤ 中小微和沿街商铺业务拓展

--模式选择、拓展步骤、话术

第五部分：优团队--- 网格化运营考核、稽核与激励模式

➤ 网格化运营指标设计原则

➤ 入格产品的稽核和过程把控管理

➤ 网格人员的激励模式