
2023 面向价值规模经营的政企运营体系构建与最佳实践策略

一. 培训目标

1、学习剖析政企市场竞争环境和宏观政策环境，帮助学员了解政企市场的竞争形势、市场环境和发展战略，统一思想，形成合力；

2、学习数字化大潮影响下的政企市场场景细分策略和方法，学习 5G 时代新技术创新发展带来的商业变革，针对目前的热点业务：专线、专网、5G、大数据、云产品、物联网的应用发展做出详细的分析，结合未来数化中国的发展方向，帮助学员建立政企产品销售的体系化思维，助力尽快由游击队转型正规军；

3、掌握政企市场拓展的营销策略，包括需求洞察、产品体系塑造、运营支撑、营销策划、销售管理、经营分析等，了解大客户销售关键环节，通过系统的案例分析和业务介绍，提供一套有效的营销管理工具运用及方法，全面提高政企产品营销的管理技能，增强销售业绩，时刻把握市场竞争的主动性；

4、提升各级人员能力，掌握销售团队的管理、激励技巧，打造政企信息化业务销售铁军。

【课程时长】 1-2 天

【课程大纲】

一、数字化时代的政企领域新政策、新形势解析

1、影响政企市场的政策环境分析

- 十四五规划、
- 数化中国、
- 数智新基建
- 三大运营商 2023 最新战略解读及对集团客户市场发展要求剖析

2. 政企行业数智化发展趋势及三大运营商发展格局剖析

- 5G 时代的到来对行业信息化的影响
- 数字化的三个典型阶段
- 数智化需求结构方式发展趋势与特点

二、数字化时代的政企客户市场新定位解读

1. 数智化转型要求下的运营商产品体系和服务模式嬗变
2. 从力量大厦的构成看政企条线在整个公司的定位
3. 国资委两利四率考核下的政企市场新要求

4. 技术和竞争环境改变给政企带来的新机遇和新挑战

三、基于漏斗模型的政企市场差异化运营新模式

1. 政企客户营销基础理论

- ✚ 何为产品？
- ✚ 何为方案？
- ✚ 何为营销？
- ✚ 何为运营？
- ✚ 何为销售？
- ✚ 何为促销？

思考：顾问式精英营销、漏斗型流程营销，哪一个更适合中国联通？

2. 三大运营商的政企市场竞争现状分析及营销模式建议

- 营销策略制定的 3 个步骤
- 市场细分的 8 种方法
- 政企客户差异化的 5 种战术
 - 功能产品战术
 - 情感服务战术
 - 情感关系战术
 - 探求成本战术
 - 简本渠道战术

3. 基于漏斗模型的差异化营销之营销策划、资费设计策略

- ✚ 资费设计
- ✚ 产品组合
- ✚ 套餐设计
- ✚ 促销策略设计
- ✚ 传播及起到设计

四、重难点环节把控：新时期的政企产品体系管理能力提升

1、聚焦数字化时代的新型架构，以新架构、新模式破解资源管理难题：

-
- 统一通讯与合作：专线、专网、统一通信等资源的规划、储备和管理建议
 - 网络安全：XDC 安全、数据防泄漏安全、网络安全、移动安全等资源的规划、储备和管理建议
 - 云数据中心：数据中心、服务器、存储、云操作系统 等资源的规划、储备和管理建议
 - 企业网络架构：数据中心网络、无线网络、传输网络、IP 网络 等资源的规划、储备和管理建议
2. 聚焦信息化新产品新技术，适度超前储备资源
- 大数据、社交媒体、移动化、
 - 云计算
 - 物联网
 - 5G
 - 算力网络
 - 感知网络

3. 资源管理的难点：数据准确性和一致性提升的具体做法

五：重难点环节把控：营销过程管理及经营分析

- 1、政企经营分析的难点和新时代的新要求
- 2、“重通报、轻分析”的问题诊断及解决策略
- 3、政企经营分析能力提升的方法论
- 4、 政企经营分析新工具推荐

六：重难点环节把控：营销团队建设及支撑、管理能力提升

- 1、强化“铁三角”团队营销能力的六类基本功
- 2、 构建“铁军”团队的基石：普通营销人员个人品牌建设要点
- 3、 构建富有凝聚力战斗团队的基础：营销管理者个人品牌建设要点

4、“铁军”团队成员人选的标准

5、管理者激励团队成员的策略和实战经验研讨

七、课程回归与总结