

从网格 1.0 到 3.0：网格运营问题诊断与优化策略

◆ 培训目标：

- 解读 2023 中国移动务虚会关于网格运营部分的会议精神，学习网格化管理的背景和前景，统一思想，形成合力；
- 学习网格 3.0 新管理模式，诊断解决网格营销体系存在的问题，充分考虑网格责权利的前提下建立基于规模价值的网格化营销体系，提供优化建议；
- 学习应对电信社区网格市场营销攻势的策略，学习根据网格类型平衡大市场存量保有和新增发展，平衡网格内公众及集客业务发展，避免出现“瘸腿”现象导致的业务发展不均衡问题。

◆ 课程大纲：

第一部分、规模价值经营背景下的网格发展战略

- 5G 时代的通信市场运营的发展趋势与竞争格局
- 网格运营存在的问题分析

网格化管理的“三无、三乱”现状：

- ✓ 无规划、无标准、无执行力

- ✓ 乱摊派、乱指挥、乱管理
- 三大运营商区域化管理模式分析
- 运营商网格化运营优化建议
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
- 全息视图管理网格划分类别
- 实现了对区域市场的全覆盖六大类网格单元及针对性管理策略：
 - ✓ 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

第二部分 网格 3.0 营销体系的建设

- 从网格 1.0 到网格 3.0 的演进趋势剖析
- 网格 3.0 营销体系建设原则：
 - ✓ 原则一：均衡原则
 - ✓ 原则二：便于管理
 - ✓ 原则三：场景无遗漏
 - ✓ 原则四：简便操作、有效调度

- 网格化营销体系建设的技巧：
 - ✓ 产品入格策略
 - ✓ 人员入格策略
 - ✓ 成本入格策略
 - ✓ 网格考评策略
- 网格 3.0 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

第三部分 网格 **CHBN** 业务拓展

- 社区/家庭业务拓展模式
- 存量客户保有与价值提升
- 5G 客户发展和产品拓展
- 中小微和沿街商铺业务拓展

第四部分 总结和具体分析探讨