

全品类智能终端发展趋势、运营策略及操盘能力提升

■ 课程目标：

- 1、让学员充分了解何为全品类终端和智能终端的演进历程、发展趋势，从数字化发展大势出发对智能终端和泛品类终端的发展走向做出判断；
- 2、结合 2022 年中国移动市场发展具体工作要求，从融合套餐设计、重要客户价值提升角度，学习全品类终端的选取策略，综合客户禀赋、厅店位置、考核指标、竞争环境四要素提供终端甄选模型；
- 3、学习数字化时代智慧营业厅的特点，以及在智慧营业厅中终端的陈列、宣传技巧，学习如何通过情景体验式营销引起客户购买冲动的策略和技巧；
- 4、学习 OMO 获客和引流策略，学习大 V 大 IP 等新型的获客、引流和炒店模式；
- 5、学习终端与家庭业务、终端与流量经营、终端与政企客户、终端与内容营销等整合的协同营销方式，提升终端销量；

■ 课程时间：2 天/期

■ 课程对象：终端管理人员，销售主管、自营厅负责终端销售的主管等

■ 课程大纲：

一、全品类终端销售的意义解读

- 5G 时代的市场扫描
- 全品类终端销售的对深化流量和内容经营的意义

二、全品类终端概述

- 1、全品类终端定义
 - 终端的发展历程与发展走向
 - 智能终端的走向：全品类、跨领域
- 2、全品类终端发展的五大趋势
 - 1.2.1 多屏
 - 1.2.2 柔性

- 1.2.3 可感知
- 1.2.4 云存储
- 1.2.5 操控智能化
- 3、全品类终端新种类
 - NB-IOT 物联网发展与新兴物联网终端
 - 智能家居与新兴智能家庭设备
 - 新型行业专用终端
 - 车联网终端
 - AI 人工智能机器人、智能音响
 - VR/AR
 - 智能手环、健康感应器等穿戴式终端
 - 无人机

三、全品类终端的甄选策略和技巧

1、解读全品类终端的甄选四大维度

- (1) 产品契合——产品完美体验的评价四法则
- (2) 渠道契合——与各种渠道匹配的策略
- (3) 价格因素——与客户消费能力和促销成本的契合
- (4) 客户需求——了解新时期客户需求的演变

四、智能营业厅的内的产品陈列与引流获客技巧

1、智慧营业厅介绍

- 智慧营业厅的特点
- 智慧营业厅内的终端陈列和体验设计要求

2、全品类终端陈列技巧

- 不同类型的终端陈列层次
- 新型动线管理
- 演示区管理

3、OMO 模式获客和引流技巧

- OMO 模式介绍
- 大 V/IP 引流模式
- 小 V/IP 引流模式

五、课后研讨

重点总结：本模块旨在通过理论测试的方法，让学员对全品类终端发展趋势和发展策略全面复盘