
十四五规划解读与通信行业发展新趋势及竞争应对新策略

培训目标：

- 1、学习十四五规划中数字化转型、创新发展、数字产业化以及产业数字化部分的表述，了解运营商在十四五规划中的定位、发展机遇和挑战
- 2、分析高质量发展要求下的运营商发展新形势，学习新基建、工信部 22 号文、236 禁令、携号转网等对运营商的影响，诊断当下存在的主要运营问题。横向对比 5G 时代三大运营商网络、产品、服务、市场、品牌等方面的优劣势，帮助学员准确判断运营商的市场发展现状，树立信心，厘清发展思路；
- 3、学习全国各地先进经验，学习 5G 的部署和业务发展的要点、关键应用；学习数字化时代的市场需求变化和洞察方法，了解大市场竞争的总体态势，学习应对竞争对手低资费套餐的方法和策略，统一对 2021 年的市场发展策略和营销执行方法的认识，形成合力；
- 4、掌握新时期的客户发展、存量保有及渠道管理新方法，学习数字化时代的营销变革，为运营商的营销转型奠定基础。学习并掌握存量保有、集客经营、以及提升收入份额和宽带价值等的具体方法。
- 5、学习十四五期间运营商数字化转型策略，包括产品转型、渠道转型、电子渠道建设与运营等具体的做法。

培训对象：

三级经理等中层管理人员，以及业务主管等骨干员工。

培训方式：

专题讲授、互动交流、疑难解答、现场演练

课程大纲：

一、十四五规划解读暨 2021 年运营商大市场形势研判和运营问题诊断

- 1、运营商运营现状分析和运营问题诊断

2、十四五规划关于运营商的部分解读

- 产业数字化
- 数字产业化
- 数字化治理

3、236 禁令、全面“携号转网”、“提速降费”等政策对运营商的影响分析和解读

4、数字化时代带来哪些新机遇？

- 智能数据 (D)：记录每时每刻发生了什么，为什么发生？接下来将会发生什么？
- 认知计算 (C)：助力决策者从大量非结构化数据中揭示非凡的洞察
- 弹性连接 (C)：网络具备编程能力，资源具备弹性可伸缩能力
- 自然交互 (C)：用户与环境的交互向自然形态演进
- 案例研讨：

1、新基建的机遇变现必须注意的那些“坑” 2、“云网一体化”的策略研讨 4、三大运营商近期的发展策略研判及应对建议

二、“网随业动”5G 部署要点和 5G 客户发展策略

1、5G R16 新版本带来的网络创新

2、5G 网络特性及当下存在的主要问题分析

- 🚀 如何尽快提高 5G 客户流量占比
- 🚀 如何尽快提高 5G 网络建设规划水平：精准建网
- 🚀 “网随业动”的规划和实施策略
- 🚀 **5G 网络切片、专网等客户发展新模式**

3、5G 技术的 5 个主要应用场景及部署策略

- 🚀 网络切片
- 🚀 5G 三大专网
- 🚀 5G 移动计算
- 🚀 全面云化

案例讨论：R16 SA5G 网络带来的应用创新风暴

三、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

案例研讨：1、AT&T 的非线性定价法

2、发烧友/高流量/高价值---谁才是我们的种子客户？

四、政企业务、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

五、新时期的市场运营策略及渠道转型实践要点

(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：
 - 2.1、立主要竞争对手、核心经销商、核心终端网络等营销数据库
 - 2.2、建立目标管理责任体系和营销系统支持平台
 - 2.3、深度挖掘营销价值链中核心资料，来合理规划营销资源
- 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

- 1.电信运营商电子渠道目前存在的问题
 - 2.调整电子渠道工作思路
 - 3.从关注“运营管理”转到关注“客户感知”
 - 4.提升电子渠道分流能力、营销能力和支撑能力
 - 5.电子渠道深度运营策略与营销模式探讨
 - 6.电子渠道与实体渠道的协同
- 工具：电子渠道的三种分流模式