

ICT 解决方案能力提升

课程定位与课程目标

随着中国通信行业的迅速发展，八大垂直行业围绕数字化转型，开启了大量 ICT 项目工程。面对巨大的 ICT 市场放量，需要提高我司“营建装”三条线各级人员向项目经理方向，进行知识、流程、意识三方面的转型，建立“营建装”铁三角组织架构，全面提高客户响应时间和交付能力。

适用学员：从事 IT 和自动化行业的工程师、设计师，及对人工智能有兴趣的广大爱好者。

课程设计：

第一天	上午	第一章 ICT 行业技术发展趋势
	下午	第二章 ICT 项目管理
第二天	上午	第三章 解决方案设计
	下午	第四章 方案制作能力
第三天	上午	第五章 标书制作
	下午	第六章 客户需求应答

第一章 ICT 行业技术发展趋势

1. 云网融合

- ◇ 物联网
- ◇ 大数据
- ◇ 云计算
- ◇ 人工智能
- ◇ 云管端台

2. 数据中台

- ◇ 什么是数字化转型？
- ◇ □数字化转型中的关键要素
- ◇ □方法论—如何进行数字化转型

- ◇ □拆解数字化转型重器——数据中台

3. 未来已来·科技最前沿

- ◇ 前沿技术 ABCDE
- ◇ 数字经济与新基建

第二章 ICT 项目管理

1. 需求分析与范围界定控制

- ◇ 1. 收集需求——行业动态
- ◇ 2. 定义范围——客户实际需求
- ◇ 3. 创建工作分解结构——团队分工
- ◇ 4. 核实范围——客户沟通
- ◇ 5. 控制范围——确定工作范围

2. 项目活动时间规划

- ◇ 1. 时间管理——工作时间表制定
- ◇ 2. 定义活动——工作界面确定
- ◇ 3. 排列活动顺序——优先级制定
- ◇ 4. 估算活动资源——力量储备
- ◇ 5. 估算活动持续时间——任务分解
- ◇ 6. 制定进度计划——设备安装与升级进度表制定
- ◇ 7. 控制进度——工程进度监控
- ◇ 分享与讨论：《月、季度、年度代维时间表制定》

3. 成本、质量及风险管理

- ◇ 1. 估算成本——成本年度评估
- ◇ 2. 制定预算——成本年度预算
- ◇ 3. 控制成本——成本控制计划
- ◇ 4. 质量管理——服务质量提升方案
- ◇ 5. 实施质量保证——服务检查
- ◇ 6. 实施质量控制——项目的评测和考核

- ◇ 7. 风险管理——设备安装、升级、应急响应管理
- ◇ 8. 规划风险管理——业务中断应急预案
- ◇ 9. 识别风险——工作中的问题追踪
- ◇ 实施定性风险分析
- ◇ 实施定量风险分析
- ◇ 规划风险应对
- ◇ 监控风险
- ◇ 分享与讨论：工程应急预案制定

4. 沟通管理

- ◇ 1. 制定沟通计划——工程师能力提升计划
- ◇ 2. 组建项目团队——工程师招聘
- ◇ 3. 建设项目团队——综合维护团队组建
- ◇ 4. 管理项目团队——运维部职责分工
- ◇ 5. 识别干系人——代维工程项目干系人确认
- ◇ 规划沟通
- ◇ 发布信息
- ◇ 6. 报告绩效——绩效与激励
- ◇ 7. 规划采购——工程采购注意事项
- ◇ 实施采购
- ◇ 管理采购
- ◇ 结束采购

5. 沟通礼节

- ◇ 1、电话礼仪
- ◇ 2、邮件礼仪
- ◇ 3、介绍礼仪
- ◇ 4、握手礼仪
- ◇ 5、名片礼仪
- ◇ 6、商务沟通

第三章 解决方案设计能力

- 1、 从功能、价格、服务、形象角度，分析客户业务产品（具体产品可根据当

地实际情况调整) 的卖点；

2、 针对案例客户和目标客户分析上述业务的针对性利益

3、 老师点评、引导，给予改进意见

4、 练习要求：

✓ 卖点分析全面独特

✓ 利益分析有针对性

5、 PPT 制作格式要求：

a) 总体布局架构

b) 字体

c) 颜色配合

d) 模型连接

e) 动画互动

f) 插入附件

讨论练习：解决方案环节处理

i. 收集从客户准备到引导决策过程常见的拒绝问题

ii. 讨论形成处理共识

iii. 讨论要求：

g) 完善收集拒绝内容

h) 合理运用技巧处理问题

第四章 方案制作能力

1. 解决方案分类

◇ 产品、服务介绍类

◇ 综合解决方案类

◇ 课程培训类

◇ 汇报总结类

◇ 融资宣讲类

2. 思路模型

- ◇ 需求层
- ◇ 能力层
- ◇ 表现层

3. 方案五步法

- ◇ 拟定最初框架
- ◇ 需求层分析
- ◇ 能力层展现
- ◇ 表现层展示
- ◇ 内容填充整体美化

4. 典型工程场景

- ◇ 视频会议
- ◇ 视频监控
- ◇ 机房工程
- ◇ ITO 服务
- ◇ 安防工程
- ◇ 综合布线
- ◇ 云集成
- ◇ 创新平台系统
- ◇ 数据库部署

第五章 标书制作能力

1. 标书制作流程介绍

- ◇ 招标信息获取
- ◇ 标书管理计划
- ◇ 购买标书
- ◇ 内容澄清
- ◇ 标书制作
- ◇ 标书评审
- ◇ 标书送达

2. 解读招标文件

- ◇ 招标邀请
- ◇ 除邀请函外，还有投标人和评标办法
- ◇ 应答文件编制
- ◇ 应付文件构成
- ◇ 价格册

3. 评标重点

- ◇ 评标小组
- ◇ 评标步骤
- ◇ 商务评审
- ◇ 技术评审
- ◇ 资料准备
- ◇ 资质要求

4. 标书制作与讲解

- ◇ 行业动态
- ◇ 咨询调查报告
- ◇ 资料收集
- ◇ 提纲制定
- ◇ 编辑内容
- ◇ 初步审核
- ◇ 方案讲解

第六章 客户需求应答

需求挖掘环节---让客户有需要!(实战模拟)

- 1、 案例：“不经意的大单”
- 2、 案例探讨：客户主动要的原因？
- 3、 客户需求来自于对利益的追求
- 4、 从聚类市场的经营特点中寻找客户购买的利益关注点
- 5、 聚类市场典型客户通讯需求和利益关注点的主要特征
- 6、 模拟案例演练 1：聚类市场典型客户利益分析

- 7、 客户不认同的需求等于没有需求
- 8、 引导客户认同需求的四步法精要
- 9、 引导客户的沟通技巧运用（营造氛围、建立信任、外部影响）
- 10、 模拟案例演练 2：案例的客户需求引导
- 11、 达成共识的需求：与客户一起解决问题
- 12、 分析客户需求需要客户信息的支持：信息收集的内容和方法