

---

# 《企业营销成功之路》

主讲：林安

## 课程背景：

华为公司用了短短 34 年的时间，从名不见经传的一家小公司发展成世界 500 强的通讯信息企业，其中的营销之道值得我们深入探讨与学习。

基于在华为 15 年的工作经历，也对比分析了其他快速发展的企业成功与失败的经验教训，尤其在市场开拓与客户关系拓展与管理方面，我编写了这门研讨内容，对企业有较好的参考价值！

## 课程收益：

- 1、 企业收益：提升企业整体的营销能力。
- 2、 学员收益：XXX

**学员对象：**重点针对市场界面的员工及各级管理者。

**授课方式：**单向讲授，堂上分享

**授课天数：**0.5 天（3 小时）。

## 课程大纲

### 一、积极有效地开拓市场

1. 市场洞察
  - 1) 洞察客户对客户线有什么帮助？
  - 2) 如何做市场洞察
2. 客户关系拓展
  - 1) 整体思路
  - 2) 客户关系架构
  - 3) 关键客户关系
  - 4) 普遍客户关系
  - 5) 组织客户关系
3. 客户关系管理
  1. 客户关系管理的方法

- 
2. 举例：例行化管理
  3. 掌握客户关系管理的维度与内容
  4. 客户关系拓展与管理工具介绍

## 二、企业文化建设

1. 建立以客户为中心的奋斗文化
2. 如何建设“以客户为中心”的核心价值观
3. 如何建立属于企业自己的、以客户为中心的奋斗着文化
  - 1) 核心价值观的逐层落地
  - 2) 让企业文化在企业内部“看得见、听得到、摸得着”

## 三、相对公正公平的激励

1. 激励体系建设
2. 激励的原则
3. 激励的方法

## 四、“让听得到炮声的人来决策”

1. 建立复合型的市场拓展组织
2. 决策权下沉与监控

## 五、高绩效团队建设

1. 高绩效团队衡量的标准
2. 高绩效团队建设-GRPI 模型

\*\*\*\*\*END\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*