



课程单元	单元要点
开班典礼	一、领导致辞 二、学习规则介绍
第一模块 读懂产品-中小企业产 品分析	一、新竞争环境下，销售经理岗位胜任模型分析 <ol style="list-style-type: none"> 1. 作为一名合格的销售经理需要具备的基本能力 2. 面对当前网格市场竞争态势，销售经理的正确定位 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 了解本网格中小微企业的现状与痛点 ✓ 了解公司中小企产品可以解决的问题 ✓ 由单纯的产品销售转向顾问式销售 二、中小微融合产品场景化营销思维构建 <ol style="list-style-type: none"> 1. 中小微融合产品营销现状分析 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 不敢卖 ✓ 不懂卖 ✓ 不会卖 2. 中小微融合产品营销突破点 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 读懂产品，明确产品卖点 ✓ 读懂客户，了解客户经营特点及需求场景 ✓ 读懂营销，知道怎么卖给客户 ✓ 总体思路：产品包装+客户解读+场景梳理+技能提升 三、中小微融合产品分析 总体思路：中小企业产品发展的核心思路：替代 <ul style="list-style-type: none"> ● 课程分享：4G 很好了，为什么要发展 5G？ <ol style="list-style-type: none"> 1.5G 三大能力体现 2.中小企业在 5G 方面的可能需求 3.公司相关产品与 5G 需求场景结合 ● 课程分享：通信运营商为什么要卖云？运营商卖云有什么优势？ <ol style="list-style-type: none"> 1. 移动云竞争优势分析 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 移动云：从标准云产品到特色能力云 ✓ 中国移动产品发展方向：云网融合 ✓ 中小微企业的云业务需求解析

	<ul style="list-style-type: none"> ● 课堂互动：阐述中国移动云竞争优势的话术 2. 中小微融合产品分析 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中小微融合产品功能及接入方式 ✓ 中小微融合产品核心优势 ● 着力于降本增效 ● 实现移动办公/远程办公 ● 实现疫情监控 ● 成本低廉 ● 安全性高 ● 🚩 课堂分享：云存储产品相比传统电脑存储的进步 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中小微融合产品应用场景 ● 移动办公应用场景 ● 统一存储应用场景 ● 🚩 课堂互动：疫情之下，中小微融合产品的应用场景 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中小微融合产品的目标客户 ✓ 如何以中小微融合产品带动其他业务的发展
<p style="text-align: center;">第二模块</p> <p style="text-align: center;">读懂客户-细分客户， 梳理中小微融合产品 营销场景</p>	<p>一、中小微市场发展趋势分析</p> <p>1. 目前，中小微市场的发展趋势分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 努力降本，寻找替代产品 ✓ 数字化转型需求旺盛 ✓ 国家相关政策扶持 <ul style="list-style-type: none"> ● 课堂分享：远程云办公的综合服务营销方案 ● 课堂分享：中小企业四大重点场景 <p>(**以下分析的行业为示例，具体可待项目确认后根据客户需求进行调整)</p> <p>二、细分政企市场，梳理中小微融合产品营销场景</p> <p>1. 基层政务行业中小微融合产品营销场景梳理</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 基层政务行业信息化发展趋势分析 <ul style="list-style-type: none"> ● 习近平对电子政务工作多次提出重要指示

- 各地政务一体化平台建设背景
- 数字乡村、智慧社区引导出产品需求
 - ✓ 政务行业信息化的痛点分析
 - ✓ 政务行业中小微融合产品营销场景视图
- 🚩 **课堂互动：中小微融合产品营销场景分析**
- 2. 医疗行业中小微融合产品营销场景梳理
 - ✓ 网格医疗行业特点：中小诊所及药店需求
 - ✓ 中小医疗单位行业信息化发展痛点分析
 - ✓ 中小医疗单位融合产品营销场景视图
- 🚩 **课堂分享：医疗专线销售分析**
- 3. 工业园区中小微融合产品营销场景梳理
 - ✓ 工业企业信息化建设发展趋势分析
 - ✓ 工业园区的主要企业类型有哪些
 - ✓ 中国移动工业园区产品销售思路
- 🚩 **课堂互动：工业企业中小微融合产品+云专线营销场景分析**
- ✓ 工业园区的中小微融合产品营销场景视图
- 4. 教育行业中小微融合产品营销场景梳理
 - ✓ 教育行业信息化建设发展趋势分析
 - ✓ 目前，教育行业信息化的痛点分析
 - ✓ 教育行业中小微融合产品营销场景视图
- 5. 文旅行业（泛酒店）中小微融合产品营销场景梳理
 - ✓ 文旅行业（泛酒店）的行业痛点分析
 - ✓ 文旅行业（泛酒店）的信息化发展趋势及需求分析
 - ✓ 文旅行业（泛酒店）的中小微融合产品营销场景视图
- 6. 中介、培训（泛连锁）行业的市场分析与营销路径
 - ✓ 目前，中介行业的竞争现状分析
 - ✓ 中介、培训市场的三类商业模式
 - ✓ 中介、培训行业的业务痛点分析
 - ✓ 中介、培训行业的信息化趋势
 - ✓ 中介、培训行业匹配的中小微融合产品营销场景视图

	<p>7. 商铺市场行业的市场分析与营销路径</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 目前，沿街商铺的竞争现状分析 ✓ 沿街商铺的客户特点与痛点分析 ✓ 沿街商铺匹配的中小微融合产品营销场景视图
<p>第三模块 读懂营销-中小微融合 产品场景化营销技能 提升</p>	<p>一、关键营销动作一：锁定目标客户</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 从三个维度寻找客户、研究客户 2. 梳理目标清单客户，明确中小微融合产品应用场景 3. 针对目标客户的访前准备 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 访前资料的准备 ✓ 营销策略的制定 4. 预约拜访——提前预约，切入营销 5. 常用工具及话术 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 目标客户的预约拜访话术 ✓ 被客户拒绝怎么办 <p>📌 工具：预约拜访话术脚本</p> <p>二、关键营销动作二：精准挖掘客户需求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 聚焦客户业务痛点的中小微融合产品需求 2. 如何通过关键询问、延伸询问导入客户痛点分析、告知 3. 如何通俗地向“小白”客户介绍中小微融合产品 <p>📌 课堂互动：如何对标杆客户进行包装推广？</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. 如何针对存量客户进行价值提升 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 中小微融合产品提升存量客户价值 ✓ 存量用户其他信息化应用产品 <p>📌 实战话术：1.清单客户应答话术</p> <p style="padding-left: 40px;">2.陌生客户应答话术</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. 如何针对政企异网用户进行需求挖掘与引导？ <p>三、关键营销动作三：打动客户的产品推介</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 明确中小微融合产品推介思路 2. 针对不同类型客户的方案推介 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 主推中小微融合产品，学会应对话术

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 如何演示和使用中小微融合产品 3. 中小微融合产品场景化卖点 4. 如何站在客户角度推介产品？ 5. 产品推介过程中如何做好标杆案例客户的包装？ <p> 课堂分享：针对沿街商铺，中小微融合产品的卖点分享</p> <p>四、关键营销动作四：异议处理与逼单成交</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 中小微融合产品营销常见异议及应对话术 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 价格有点贵 ✓ 我已经有了 ✓ “上云不安全” ✓ “上云真的省钱吗？” ✓ “买硬件看得见摸得着，云产品花了钱却什么都没有” 2. 建立逼单意识 3. 提升逼单技能 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 密切关注客户的成交信号 <p>五、关键营销动作五：商机有效收集</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 商机的正确判断——何为有效商机？ 2. 商机收集表的正确使用 3. 客户信息的规范化录入 <p> 实战工具：《销售经理综合商机收集表》</p> <p>六、关键营销动作六：商机跟进与转化</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 系统分析决策链条上的各个角色 2. 如何识别商机转化关键时间节点？ 3. 如何化解客户各种异议？ 4. 后期回访，二次营销工作的开展 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 营销成功客户后期工作开展 ✓ 营销不成功客户后期工作开展 <p> 实战工具：中小微融合产品推荐标准话术脚本。</p>
<p>第四模块</p> <p>场景化营销模拟演练</p>	<p>一、场景化营销模拟演练</p> <p>为保证学员的学习效果，将所学到的培训知识落实到实际工作中，</p>

<p style="text-align: center;">及话术通关</p>	<p>需要每位学员根据案例客户进行中小微融合产品营销流程、营销场景梳理、营销动作、营销话术过关训练。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 针对目标客户资料，进行对不同客户梳理出中小微融合产品营销场景，营销话术和关键点，对整个营销过程进行实战模拟演练； 2. 三个人一组，其中一个扮演客户，两个扮演销售经理； 3. 将课堂上所学习到的营销思维、客户产品需求分析与场景化营销标准动作、场景化营销话术等作为考核的重点； 4. 营销实战演练必须完全以实战状态进行； 5. 讲师会对学员演练情况进行总体点评，并提出针对性建议； 6. 演练结束后，学员需要结合自身的情况针对性地进行重复演练。
<p style="text-align: center;">第五模块</p>	<p style="text-align: center;">实战辅导</p>