

课程单元	单元要点
<p style="text-align: center;">第一模块</p> <p style="text-align: center;">读懂产品-产品及销售 场景匹配分析</p>	<p>一、新竞争环境下，商客数字化转型及产品分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 商企数字化转型的内涵与外延 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 商企数字化转型及分类 ✓ 商企业务销售的新定位及思路 2. 当前重点商企产品策略及销售场景分析 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 由单纯的线路销售转向线路延申业务 ✓ FTTR 产品及销售场景分析 ✓ 安全大脑及销售场景分析 ✓ 小微 ICT 销售场景分析 <p>二、新产品场景化营销思维构建</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 客户经理商企产品营销现状分析 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 不敢卖 ✓ 不懂卖 ✓ 不会卖 2. 商企产数业务营销突破点 <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
<p style="text-align: center;">第二模块</p> <p style="text-align: center;">读懂客户-楼宇攻坚策 略及工具</p>	<p>一、楼宇市场发展趋势分析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 目前，楼宇客户的发展趋势分析 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 数字化转型需求旺盛 ✓ 两极分化严重 ✓ 即有机会也存在挑战 <p>二、细分楼宇市场，不同市场不同策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 楼宇市场的不同细分 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 按照业务是否可以面对终端客户细分 ✓ 按照客户熟悉程度细分 ✓ 按照客户自身的不同业务类型细分

	<p style="text-align: center;">课堂案例：不同类型客户营销场景分析</p> <p>2. 不同类型楼宇客户的销售策略分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 可直接切入业务客户：重点关注，长期培育业务 ✓ 熟悉客户：增加产数，深度捆绑 ✓ 较陌生客户：破冰建联，服务提升 ✓ 传统行业客户：优质优价，融合挽留 ✓ 新兴行业客户（科技类）：了解客户业务，进行深度捆绑 <p>🚩 课堂分享：上海楼宇客户拜访案例</p> <p>3. 楼宇客户销售管理工具介绍</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 楼宇客户商机搜集及管理工具 ✓ 楼宇客户销售复盘工具 ✓ 楼宇客户陌拜工具
<p style="text-align: center;">第三模块</p> <p style="text-align: center;">读懂营销-商企头部客户销售拜访管理</p>	<p>一、关键营销动作一：锁定目标客户，做好拜访准备</p> <p>1. 目标客户的访前准备</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 访前资料的准备 ✓ 营销策略的制定 <p>2. 预约拜访——提前预约，切入营销</p> <p>3. 常用工具及话术</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 目标客户的预约拜访话术 <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> <p>1. 聚焦客户业务痛点需求</p> <p>2. 如何通过关键询问、延伸询问导入客户痛点分析、告知</p> <p>3. 如何通俗地向“小白”客户介绍小微 ICT 项目</p> <p>🚩 课堂互动：如何对标杆客户进行包装推广？</p> <p>4. 如何针对异网用户进行需求挖掘与引导？</p> <p>5. 如何与代理商沟通</p> <p>三、关键营销动作三：打动客户的产品推介</p> <p>1. 明确小微 ICT 产品推介思路</p> <p>2. 针对不同类型客户的方案推介</p>

3. 如何站在客户角度推介产品？

4. 产品推介过程中如何做好标杆案例客户的包装？

四、关键营销动作四：异议处理与逼单成交

1. 产品营销常见异议及应对话术

2. 建立逼单意识

3. 提升逼单技能

✓ 密切关注客户的成交信号

五、关键营销动作五：商机有效收集

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

🔧 **实战工具：《客户经理综合商机收集表》**

六、关键营销动作六：商机跟进与转化

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

✓ 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

🔧 **实战工具：融合产品推荐标准话术脚本。**