

客户需求挖掘及商机分析

一、企业信息化需求的实质

- 1、 案例：“国泰航空的选择”
- 2、 案例探讨：什么是需求？
- 3、 知识：利益与需求
- 4、 案例：“电力局的考虑”
- 5、 案例探讨：企业客户需求的实质
- 6、 企业关键需求：财务利益和绩效利益
- 7、 客户利益最大化的关键因素

二、企业信息化需求挖掘

- 1、 案例：“不经意的大单”
- 2、 案例探讨：客户主动需要的原因？
- 3、 解析信息化发展与需求认知的关系
- 4、 企业信息化需求与企业运营的关系
- 5、 典型企业运营分析 1：人员构成与特点
- 6、 典型企业运营分析 2：组织架构与职能
- 7、 典型企业运营分析 3：生产流程与管理
- 8、 典型企业运营分析 4：市场拓展与客户
- 9、 典型企业运营分析 5：价值链地位与关联
- 10、 需求分析工具：六维度分析法

- 11、 分析案例：XX 客户的六维度需求分析
- 12、 六维度需求分析演练：典型企业需求分析

三、 企业需求问题的沟通

- 1、 企业客户需求认知的过程规律
- 2、 客户需求认知过程的分析
- 3、 理清企业流程,明细客户需求实现过程
- 4、 需求问题沟通：SPIN 的应用
- 5、 案例:SPIN 工具运用实战

四、 企业需求问题的解决

- 1、 客户需求流程和决策关键人
- 2、 案例:省钱与花钱
- 3、 位置决定态度:不同关键人的需求特点解读
- 4、 基于客户关注点的差异化的需求问题解决方案
 - a) 解决方案是解决方法的载体
 - i. 解决方案的主体内容和要求（讲述+案例举例）
 - ii. 解决方案必须对营销优势有完整清晰地表达
 - iii. 解决方案应用模板
 - 解决方案是需求组合
 - 解决方案是产品组合
 - 解决方案是利益组合

- 解决方案是证据组合

- 解决方案是问题组合

iv. 不良解决方案的四大特征

v. 编写解决方案的十大要诀

五、需求分析的信息收集与管理

1、 营销的信息管理

2、 信息收集的内容和方法

3、 信息工具与运用