

三中全会背景下的——

## 政企大营销-全景地图

—脱离低层次竞争的“找单、跟单、促单、控单、抢单&反抢单、成单、保单”体系—

主讲：王京刚 博士（2天）



要生存，就必须脱离底层次的竞争，要发展，就要进行高维的光合作用  
能征善战的政企销售铁军，才是未来大市场的核心竞争力量  
“新赛道+新营销”的双重转型，才能确保企业的领先地位

参加对象：政企业务高管、一线精英

开课形式：沙盘推演、公开课、线下课、工作坊、直接指引实战

## ■ 课程背景：中国企业级市场正在经历八大颠覆性变革，市场竞争态势日趋激烈：

1. 面对投资、消费和产业杠杆的衰退，工业制造业对新技术、新材质和新产业化的追求变得尤为紧迫。同时，新经济模式催生大规模产业链、行业链和资金链项目，引发国央企、民企和中小企业在决策、财务、业务和采购流程上的深度变革。
2. 国有企业混改步入深水区，国央企商业化进程以及政府职能的转变也促使市场向更精细化竞争转型。
3. 2022年，政府采购和招投标法规改革，预示着市场将遵循新规则，规范化和复杂性增强。企业需不断创新策略，确保业务操作的合法性、合理性和合规性。金税四期强化监管，公开的客户关系管理面临挑战，隐性关系处理成为关键。
4. 2023年，订单总值下降、数量缩减，专项债转移，市场竞争转向差异化，涉及技术、产品、服务等多个层面。
5. 项目执行速度加快，对资金管理和风险控制提出更高挑战。企业需关注项目资金流动风险和多元性，实现营销流程的可视化风险控制。
6. 数字化转型正快速推进，企业对云计算、大数据和人工智能等技术的依赖增强。这导致了企业运营模式的变革，催生新的商业模式和创新可能。
7. 绿色可持续发展成为全球共识，企业面临着环保标准升级、碳排放限制等挑战。绿色转型不仅影响产品设计和生产过程，也对供应链管理、品牌声誉和市场竞争力产生深远影响。
8. 全球化趋势下，复杂的国际贸易环境要求企业调整国际化战略，应对关税壁垒、贸易摩擦等风险。全球供应链的重塑带来新市场机会，但也需要企业具备更强的灵活性和适应性。

这些变革对销售团队提出了新的挑战，我们需要具备前瞻性的思维，深入理解市场动态，以及提供符合时代需求的销售策略。

## ■ 课程收益

- 1、如果您是政企销售管理者：首先，我们将帮助您构建一个具备高度大局观的销售团队，通过互助的支援体系，精准地选拔出那些能够承担80%收入任务的20%精英人才。其次，我们将着力打造一套高效且执行力强的销售管控体系，确保每个成单环节都在您的掌控之中，为您的管理工作提供直接帮助。
- 2、如果您是政企领域的客户经理：首先，我们能够帮助您找到足够的订单子，为您在客户项目中直接成单提供实操性建议，解决客户单子抢夺和反抢夺中应该做什么的疑惑。其次，通过调动各类资源，我们助力您推动订单落实，并在订单成交前及整个过程中，为您提供详尽且具备操作性的指导。
- 3、如果您是政企市场的高级管理者：我们致力于提供以下支持：首先，通过政企营销框架，协助您把握宏观趋势，拓宽视野，提升前瞻性。其次，就两个方面提供建议：一是构建方法论，助您深入了解哪些行业和客户具有较高的订单潜力；二是调度资源，为提高政企市场整体订单竞争力，提供切实可行的建议和实例。

## ■ 主要内容

### 第一部分 做正确的事：面向新质生产力巨变的政企营销创新

## 一、制定正确的政企营销战略：五大革命的深度解读

1. 技术革命：探讨其影响与当前状况
2. 生产革命：探究自动化与数字化之间的演变
3. 业务革命：深入剖析互联网思维与商业模式创新
4. 流通革命：聚焦 AI 电商崛起及传统零售业的转型之路
5. 全球化革命：应对国际市场挑战，把握发展机遇

## 二、在三中全会中揭示的产业机遇主要体现在何处——构建产业链营销思维的解析

1. 政治经济学主导的市场规则特点
2. 商品经济学主导的市场规划特点
3. 构建从“企业”到“产业”的链群思维
4. 产业级营销并非仅限于业务组合策略

## 第二部分 正确的做事：解码成单关键要素

### 一、精准找单：精准定位战场，构建高效商机管理体系

#### 1. 目标客户精准分类与策略开发

- ① 细分客户盈利能力：详细分析各类客户的盈利能力，制定差异化的开发策略。
- ② 行业商机洞察：从宏观视角审视行业趋势，精准把握市场商机。
- ③ 预算制定与商机把握：深入探索客户预算分配逻辑，确保商机捕捉的精准性和有效性。

#### 2. 设计商机大地图，实现高效线索管理

- ① 线索收集与生成：利用创新方法和工具，广泛收集并生成高质量销售线索。
- ② 线索验证与分发：严格筛选和验证线索，确保精准分发至对应销售团队。
- ③ 线索跟踪与培育：持续跟踪客户关键联系人，诊断痛点，激发兴趣，定制化解决方案。
- ④ 机会点验证与立项：严格验证机会点，启动立项流程，为项目顺利实施和交付奠定基础。

#### 3. 强化政企营销整合能力，提升市场竞争力

- ① 行业标杆分析：深入研究行业内发展良好的企业在政企市场的布局策略。
- ② 短板补齐：评估并弥补企业在资金、技术等方面的不足。
- ③ 技术方向与需求平衡：确保技术方向既能引领未来，又能满足中短期市场需求。
- ④ 技术合作与创新管理：拓展技术合作资源，建立创新管理机制，紧跟最新关键技术动态。
- ⑤ 技术竞争力提升：针对技术竞争力不足的问题，制定追赶计划，加速技术迭代与升级。

## 二、高效跟单：使用正解的武器-解决方案设计体系

### 1. 深入理解需求：通过七个战术揭示产品或服务的价值

- ① 四个层面深入探讨市场研究与客户需求挖掘的必要性
- ② 需求评估作为有效资源分配的基石
- ③ 提升专业能力，精准引导并塑造客户需求
- ④ 管理战略级大单的商业机遇，确保其潜力得到充分挖掘

### 2. 以商业模式为引领，定位解决方案与产品利益

- ① 设计定制化的解决方案以满足客户需求
- ② 让客户清晰看到解决方案对其自身价值的提升
- ③ 建立商业模式的关键控制点，以实现客户价值的最大化
- ④ 通过精心的方案宣讲和交流策略，巩固客户对我们的首选地位
- ⑤ 在方案交流后，对关键岗位的工作进行持续跟进，确保执行效果

### 3. 实践反思：审视自身企业的现状

- ① 当前我们拥有哪些核心竞争优势？
- ② 这些优势目前在行业内处于何种领先地位？
- ③ 若这些优势被超越，我们是否有能力反超？
- ④ 这些核心优势与其他非核心因素如何协同工作？
- ⑤ 是否存在可以改进和优化的空间？

## 三、有效促单：部署正确的兵力-精准布局客户关系，实现销售成功

### 1. 提升客户价值：打造影响力与深度合作

- ① 客户价值核心：影响消费者决策的秘诀
- ② 构建高效客户经理：能力提升框架
- ③ 深入理解：客户的采购决策过程
- ④ 关键时刻：高层领导的影响力
- ⑤ 学习标杆：最大化挖掘客户潜力
- ⑥ 持续发展：关键与广泛客户关系管理

### 2. 客户采购攻略：识别并影响关键因素

- ① 找到关键人：决定成单的影响力者
- ② 协作策略：掌握关键资源

- ③ 解决关键事项：助力客户成功

### 3. 客户拜访艺术：专业与效果并重

- ① 顶级客户经理的拜访规范
- ② 成功拜访的秘诀
- ③ 客户参观的准备工作
- ④ 提升专业度：促进客户成长
- ⑤ 客户复盘：打造反馈与学习机制

### 4. 自我诊断与策略调整

- ① 企业现状分析：在客户关系中的位置
- ② 是否忽视了客户价值的潜力？
- ③ 挖掘更多客户贡献的可能性
- ④ 寻找被忽视的市场机会
- ⑤ 定位优势：确定“高地”与“根据地”
- ⑥ 客户决策链上的改进点
- ⑦ 组织流程：平衡拉力与推力，提升效率

## 四、精确控单：遵循正确的打法-练就独特作战能力

### 1. 政企项目的稳赢秘籍

- ① 打造坚固商业防线，让商机只为你停留
- ② 捕捉招标信息的雷达，让你先知先觉
- ③ 投标报价不迷茫，指南在手心中不慌
- ④ 撰写项目建议书的艺术，让客户一眼相中
- ⑤ 投标前三大必做事项，助你步步为营
- ⑥ 使命必达的讲标，让竞争对手望尘莫及
- ⑦ 投标后，顶级客户经理的三板斧，确保胜利果实

### 2. 政企市场的抢单与反抢单大战

- ① 抢单策略大揭秘，助你快速占领市场
- ② 反抢单攻略，让对手无机可乘

### 3. 政企市场大单的运作之道

- ① 揭秘大单之路，实战策略助你成功
- ② 深度剖析大单种类，让你心中有数
- ③ 构建大单服务与追踪体系，确保万无一失
- ④ 把握大单成交的关键时刻，一击即中
- ⑤ 精细运作，让大单不再是梦

#### **4. 项目成交的直通车**

- ① 设计项目成交路径，步步为赢
- ② 突破关键影响因素，加速项目成交
- ③ 政企客户项目分类及成交模式全解析

#### **5. 关键市场与业务的成单宝典**

- ① 政务、教育、物联网等市场成单秘籍
- ② 大基建、零碳、农业农村市场的实战操作

#### **6. 政企营销体系的流程革命**

- ① 从奖金分配开始，激发营销流程变革
- ② 营销流程在政企业务中的核心定位
- ③ 固化例行化、重复性营销活动，提升效率

#### **7. 实践反思：审视企业现状，寻找提升之路**

- ① 是否存在过度设计或伪需求？
- ② 核心产品是否领先？
- ③ 管理机制能否及时发现并纠正错误？
- ④ 如何快速追赶产品竞争力？
- ⑤ 创新方向的最佳进入时机是什么？

### **第五部分 人单合一：打造客户价值导向的营销生态**

#### **1. 政企营销的高效组织机制**

- ① 充满活力的营销高层决策团队
- ② 客户群系统部的运作奥秘
- ③ 产品行销部的独特运作模式

## 2. 人才整合：持续为客户创造价值

- ① 政企客户经理的能力画像与选拔
- ② 岗位规范与工作要求，一目了然
- ③ 构建培训与成长体系，助力客户经理成长
- ④ 强化协同能力，与其他部门无缝对接

## 3. 资源整合：构建强大执行力

- ① 客户经理队伍的打造秘诀
- ② 认证体系、激励与支撑体系、分层培养计划
- ③ 动态销售资源配置，灵活应对市场变化
- ④ 销售管理与服务体系的三大核心机制
- ⑤ 跟踪、总结、分享的循环增值机制

## 4. 销售绩效提升：构建组织与个人的共赢策略

- ① 制定科学的销售目标框架
  - 设立三年战略规划：明确长期销售目标
  - 年度目标细分：将三年规划拆解为年度可执行计划
  - 增量目标设定：以年度计划为基础，设定逐季度或逐月的增量目标
- ② 精细化预算管理
  - 投资型预算策略：确保资源的高效配置
  - 增量核算方法：实时跟踪与调整预算，以适应市场变化
- ③ 设计激励性的薪酬与绩效体系
  - 四大增量薪酬模式：结合行业特点与公司阶段，设计激励员工的薪酬结构
  - 五大绩效管理手段：建立全面的绩效评估体系，包括定期评估、反馈机制、发展计划等

## 5. 实践反思：审视现状，规划未来

- ① 审视生态伙伴与资源，拓宽合作边界
- ② 参与并优化产业生态规则，引领行业发展

- ③ 评估生态规则对伙伴的激励作用
- ④ 探寻外部资源，增强生态系统活力
- ⑤ 分析外部制约因素，制定应对策略

## **6. 案例分享与后续行动建议**

- ① 提供成功案例与模版，供企业参考学习
- ② 提出后续行动建议，助力企业持续改进与提升