

市场化推广与需求引导研发

课程名称：	市场化推广与需求引导研发
培训时长：	2-4 天
课程大纲：	<p>一. 市场洞察</p> <ol style="list-style-type: none">1. 洞察框架：产业链、供需连、 4P 、 4C 、精益创业画布2. 分析方法：PEST、SWOT、点线面、象限法、层级图、辩证法3. 竞品分析：多维度拆解、第一性原理分析4. 商业洞察：经济学、金融学、行为经济学、产业链思维5. 社会洞察：社会学、人类学、心理学、组织行为学6. IT行业发展洞察：摩尔定律、 AI奇点、区块链7. 案例：5G 移动远程医疗应用示范平台 <p>二. 线索寻找</p> <ol style="list-style-type: none">1. 客户分类：消费力、成交率、收入贡献、利润贡献、成交速度、数量、竞品渗透率、地理分类、行业属性、特殊价值、标杆价值

2. 目标客户在哪里：展会、社群、竞品、媒体
3. 网络检索办法：关键词交叉、学术论坛
4. 社交网络裂变
5. 人脉拓展
6. 转介绍
7. 案例：云办公

三. 客户拜访

1. 明确目标：摸底客户、先破冰、成交、升单、转介绍
2. 背景调查：行业、企业实力、公司发展历史、组织结构、近期战略、业界风评、需求预测、痛点挖掘、竞品渗透
3. 策略制定：参合人组成、同行配合、异议预测和应对
4. 约关键人：处好中间人、强化关键人的利益和重要
5. 约见面表达：套近乎、踩客户战略、强化痛点、新奇特、暗示竞品压力、明确见面目标
6. 约成概率提升：客户有需求、客户有空、我就在附近
7. 地点选择：去客户那、邀请客户来、找中间地点
8. 见面场景设计：会议室、等候区、饭局、咖啡厅、前台、

公司门口、路面

9. 流程设计：看展厅、参观公司、会议、应酬、送礼
10. 客户团队洞察：识别派系、识别关键人、识别隐形顾虑
11. 案例：研究院资产及实验室运维管理系统

四. 销售跟踪

1. 进度识别：需求强烈度、意向度、信任度
2. 黏度保持：每个步骤都牵出下一步
3. 线上互通：给情报、给情绪、给恩惠
4. 线下见面：形式变化、礼尚往来
5. 风险识别：态度变化、交流变少、竞品介入、客户换人、客户战略调整
6. 案例：阳光采购

五. 需求管理

1. 需求来源：来自异常数据、来自投诉、来自事故、来自痒点、来自建议、来自环境变化、来自新技术、来自新人群、来自竞品、来自政策
2. 需求挖掘：场景细化、目标了解

3. 需求辨别：需求真伪、需求普适性、需求严重性、需求根源、数据支撑

4. 需求分类：商务规则、服务模式、产品技术

5. 需求引导：拒绝需求、转移需求、接受需求、拖延需求

6. 需求流转管理：背景记录充分、类别定位、不添油加醋、工单跟踪、排期方法、不忘初心、有始有终

7. 案例：和教育云平台

六. 销售成交

1. 目标管理：目标 SMART、执行 PDCA

2. 精通我方产品：特点优点卖点、差异化定位

3. 谈资准备：社会新闻、行业热点、行业八卦、公司历史、创始人故事、个人业绩、个人简历

4. 打动客户：公司价值、部门价值、个人名利价值、个人晋升价值、降本增效

5. 感动客户：发现客户隐形痛点并解决、带客户获得惊喜体验

6. 触动客户：体现优秀工作习惯、展示公司卓越配套、顾问专家形象

7. 话术设计：客户视角出发、故事演绎、案例演绎、凡尔赛表达、高级理论、指桑骂槐、免责夸张

8. 可视化设计：样品、服装、道具、 PPT、折页、手册、海报、视频
9. 装备保障：样品有电、样品多测试、插排、充电线、电池、转接头、显示器、翻页笔、文件多格式、 U盘、纸、笔记本、名片
10. 创造利润：挖掘更多需求、降低需求解决预期、换成低成本
11. 异议应对：化解问题、用其他优势掩盖、指出竞品劣势
12. 案例：华为 L2C 销售体系

七. 需求引导研发

1. 需求理解：全景理解、经手人访谈、用户访谈、数据化验证、用户细分、绘制场景、路径拆解
2. 需求优先级：效益分析、成本分析、风险分析、博弈推演
3. 需求解决：找性价比最优法
4. 工单管理：软件技巧、绩效保障、周期会议、领导重视
5. 业务逻辑解耦：数据、引擎、算法、场景业务
6. 竞争策略：时空策略、围魏救赵、舆情引导、把握稀缺
7. 产品生命周期管理：萌芽期、高速发展期、顶峰期、下滑期

8. 向上管理：要资源、要重视、要预期
9. 平级管理：技术、设计、测试、法务、财务、营销、运营、内容
10. 向下管理：分解、合作、赛马
11. 外部管理：用户、客户、供应商、媒体
12. 案例：河长通智慧云平台

备用内容 -----

八. 品牌原理

1. AIDMA 法则
2. 品牌素质三阶段：知名度、认知度、美誉度
3. 品牌广告到效果广告的转变
4. 品牌产业链
5. 品牌广告投放指南
6. 品牌生命周期的品牌广告投放指南
7. 不同时间节点的品牌广告投放指南
8. 品牌广告营销趋势

九. 营销媒体原理

1. 供需连 / 人货场模型与 4P 融会贯通
2. 不同媒体类别的差异化：口碑、报纸、广播、电视、互联网、元宇宙
3. 不同新媒体平台的差异化：微信、微博、抖音、快手、视频号、小红书、知乎、博客、一类电商、超级 APP、新闻客户端、搜索引擎
4. 不同媒体场景的差异化：居家、通勤、楼宇、工作、娱乐
5. 不同媒体终端的差异化：户外屏、OTT、PC、手机、电视、VR、AR
6. 不同媒体的受众行为分析
7. 用户日周期视角的媒体特性
8. 广告 4.0 时代的新媒体
9. 用户关系 3.0 阶段
10. 媒介选择五力模型

十. 媒体广告案例

1. 户外数字屏广告案例——分众传媒
2. OTT开机广告案例——小米 OTT
3. PC 锁屏广告案例——360PC锁屏画报

4. 移动开屏广告案例——抖音 TopView

十一. 广告投放原理

1. 不同广告媒体类型市场占比

2. 广告投放预算及目标

3. 广告品效预算分配

4. 广告投放渠道及类型

5. 线上营销节点投入方法

6. KOL营销开展方法

7. 直播营销开展方法

8. 内容营销开展方法

9. 营销数字化应用方法

10. AIGC 应用方法

11. 线上营销痛点

12. 典型媒体投放平台案例：墨迹天气

十二. 自媒体内容营销技巧

1. 如何定位和选题

2.

爆款内容的 5 个要素

3.

爆款内容的 2 个打造方法

4.

如何提升影响流量的 4 个指标

5.

如何做好账号不同阶段的运营侧重点

6.

如何投放 DOU+ 效益更高

十三. 微信销售技巧

1.

企业微信对比微信的优势说明

2.

人设打造 (个人主页、朋友圈主页、发圈内容)

3.

自动功能配置 (加好友问候、自动回复、群发管理)

4.

全员规范管理 (便捷话术、标签管理)

5.

客户管理、离职继承

6.

微信用户转企业微信

十四. 短视频营销技巧

1. 选题 (抖音热点宝、创作者中心)

2. 脚本撰写 (AI赋能、快速模仿)

3. 设备运用 (手机、相机、灯光、三脚架)

4. 场面调度 (道具准备、灯光设置、人员调度)
5. 拍摄手法 (镜头语言、镜头衔接、高清拍摄)
6. 演员激活 (口播形式、剧情形式、陌生采访形式)
7. 后期制作 (调色、配乐、字幕、动效、转场、特效)
8. 发布管理 (封面、文本、话题、链接、网页发布、发布节奏)

十五. 直播技巧

7. 主播口才和表演力训练
8. 直播间的五大思维逻辑互动技巧
9. 主播上台突破展现力训练
10. 直播间话术逻辑和编写技巧
11. 现场产品憋单话术分组训练留人话术技巧 · 互动话术技巧 · 卖货话术技巧 · 催单话术技巧 · 成交话术技巧
1. 直播团队如何配合演练
2. 直播系统流程和如何避坑
3. 直播后的复盘与宣传
4. 直播脚本制定方法和逻辑
- 5.

品牌直播模型的未来趋势

6.

抖音小店实操步骤解析

注：培训中讲师会根据学员的情况进行适当的调整。

一、 讲师介绍

卢森煌 Lucas



- 毕业于北京邮电大学
- 曾任职于阿里巴巴。
- 前啊喔科技 CEO，18 个月完成 3 轮融资，上过 CCTV2。
- 互联网营销服务公司“好个科技”创始人，提供短视频涨粉、AI 无人直播解决方案。
- 创业故事被央视 CCTV2、北京日报、深圳卫视、浙江日报等报道过。
- 孵化过 30 个账号，单条百万播放视频过 100 条，策划多个传播量过亿的互联网营销案例，操盘互联网渠道销售金额累计 10 亿。
- 著作 2 本，均机械工业出版社出版，国家图书馆收录。
- 三节课导师，量子教育导师，起点学院导师、逆行求职导师、爱思益导师、圣商商学院讲师、实践家总裁班讲师。
- 持有软著 25 个，专利 3 个。

老师经历：创始人视角、500 强背景、60 家客户服务经验

一、职业经历

1. 任职于阿里巴巴
2. 啊喔科技 CEO，获得俞敏洪和联想的 300 万天使轮投资，后被并购在母公司任互联网总经理，母公司 18 个月完成 3 轮融资
3. 互联网营销服务公司“好个科技”创始人，服务 60 家上市企业和央企：联想集团、集友股份、山东省体育局、优学派、北大荒、欢乐口腔、康恩贝、阿克塞文旅集团
4. 2023 年服务多家养老机构短视频涨粉，是快手涨粉最快的养老号，获得快手公益讲师身份（目前仅 6 人），通过 AI 无人直播带货帮助多家养老院 2 个月入住率达到 95%。

二、历史授课

客户	课题
有赞	2B 市场推广策略
大唐电信	大客户市场营销技能提升
起点学院	电商产品的增长黑客策略
中国联通	产品经理需求管理方法
中国电信	产品经理 2B 技能素养提升
江苏工信厅	品牌自媒体账号如何打造
快手	短视频涨粉和直播带货