

# 大 B 客户的数字化 - 邦道科技

## 一、 课程大纲

课程名称：	大 B 客户的数字化 - 邦道科技
培训时长：	12 小时
课程大纲：	<p><b>第一部分 时代背景催生中国数字化转型需求</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>一. 中美对抗，推动中国内循环</li><li>二. 内忧外患，产业转移和回流必须产业升级</li><li>三. 失业增长，数字化对就业贡献明显</li><li>四. 劳力不足，各个行业急需科技解决</li><li>五. 产业结构失衡，需要系统性优化</li><li>六. 供需市场均需要转型升级</li><li>七. 中国数字化转型历史：政策、投入、资本</li><li>八. 欧美日韩已经领先数字化转型</li><li>九. 国际知名数字化转型服务商案例介绍<ul style="list-style-type: none"><li>1. 华为云</li></ul></li></ul>

2.

阿里云

3.

IBM

## 第二部分 数字化转型的避坑指南

十. 目标：开源、节流、提效

十一. 全行业产业图谱介绍

十二. 数字化转型常见的七大坑

1.

IT咨询“买椟还珠”

2.

转型实施“拜新踩旧”

3.

落地实施“好大求全”

4.

IT部分“墨守成规”

5.

员工学习“目中无人”

6.

技术应用“舍本逐末”

7.

行业生态“过河拆桥”

十三. 数字化转型避坑

8.

避开“慌不择路”

9.

避开“赶鸭上架”

10. 应对“不破不立”

### 第三部分 数字化转型概念辨别

一. 数字化和数字化的区别

二. 工业 4.0

三. 中国制造 2025

四. 两化融合

五. 智能制造

六. 自动化

七. 信息化

### 第四部分 各行业数字化转型案例（重点）

八. 政务 - 深圳政府

九. 制造业 - 海尔集团

十. 工业 - 中国石化

十一. 物流业 - 京东物流

十二. 营销业 - 腾讯营销

十三. 教育业 - 新东方

十四. 医疗业 - 左手医生

十五. 娱乐业 - 字节跳动

\*\*\* 演练输出：输出公司面向客户的销售话术 / 一图介绍

#### 第五部分 数字化转型关键常识

十六. 选对实施方类型

1.

科技类：IBM、华为、阿里云、SAP

2.

咨询类：埃森哲、麦肯锡、BCG、德勤

十七. 实施的全貌图

十八. 业务流视角的实施图

十九. 政策理解

3.

十三五规划解读

4.

十四五规划解读

二十. 最新科技技术基础

二十一. 软件领域发展迅猛

二十二. 企业、政府、学校三者推动实施繁荣

#### 第六部分 数字化转型步骤（重点）

二十三. 产品选型

1. 确定数字化工具
2. 重点关注 ERP
3. 初期可以从 SaaS 起步

二十四. 组织升级

4. 外包模式
5. 内部结合低代码
6. 变革过程的信息通畅

二十五. 场景切入

7. 数字营销入手
8. 供应链改造
9. 全局数字化

## 第七部分 数字化转型实施难点

- 二十六. 供需信息不对称
- 二十七. 跨部门配合
- 二十八. “钱 - 效 - 全”难兼顾
- 二十九. 数据采集、处理、应用难
- 三十. 人 & 机、机 & 机之间的融合

## 第八部分 数字化转型实施经验

- 三十一. 企业内部自省、外查并行
- 三十二. 理清转型目标，不贪大求全
- 三十三. 找出适合自己的转型模式：探索式、协调式、集中式
- 三十四. 理解最新技术对转型的帮助
  - 1. AI
  - 2. 5G
  - 3. 大数据
  - 4. 云计算

5.

区块链

6.

边缘计算

7.

元宇宙

8.

数字身份

### **第九部分 能源行业数字化转型中的机遇（重点）**

三十五. 5G 通讯

三十六. 精准营销的用户大数据

三十七. 智慧城市的整体解决方案

三十八. 工业互联网底层解决方案

三十九. 新能源车解决方案

四十. 信创时代机遇

四十一. 国家数据局成立

四十二. 出海服务

### **第十部分 能源行业数字化转型面临的挑战**

四十三. 中美博弈带来科技封锁

四十四. AI领域的英伟达显卡封锁

四十五. 芯片领域的技术封锁

四十六. 各国数据更加封闭

### 第十一部分 面向大客户的销售方法（重点）

四十七. 阿里销售铁军心法（讲师卢森煌师从阿里销售铁军总经理俞朝翎）

1.

客户分类和画像建设

2.

深挖转介绍保证持续有新客户

3.

拜访 3+2 模式拿下客户

四十八. 华为 L2C 模式（讲师卢森煌报名 8 万元华为销售训练营学习后实战总结）

4.

线索有效性判断提高销售效率

5.

通过铁三角模式形成强大组织优势

6.

销售过程 20 个节点的成功把握

四十九. 讲师自己公司的销售体系（结合多个亲身项目举例）

	<p>7.</p> <p>识别客户需求本质</p> <p>8.</p> <p>判断客户办公室政治避开成交难点</p> <p>9.</p> <p>客户升单方法</p> <p><b>*** 演练输出：输出公司面向客户 L2C的方法梳理</b></p>
--	---

注：培训中讲师会根据学员的情况进行适当的调整。

### 【课程特点】

1. 紧贴当前最新数字化转型的趋势；
2. 结合丰富的真实案例来讲解；
3. 讲师为数字化转型从业者、公司创始人。最高级别授课是代表华为给山东省工信厅完成数字化转型授课 2 天。擅长产品和销售策略。

## 二、 历史授课（部分）

客户	课题
山东省工信厅	制造业数字化转型的机遇与挑战
携程	文旅数字化转型的应用

### 三、 讲师介绍

#### 卢森煌

- 毕业于北京邮电大学，自动化专业。
- 前阿里巴巴 2B 商业化高级产品经理，服务通用、本田做智慧驾驶。
- 好个科技 CEO ，公司 18 个月完成 3 轮融资，公司有企业数字化转型系统“企增长”，上市企业 / 国企客户包括：南方电网、中石油、联想集团、集友股份、北大荒、康恩贝、优学派。
- 创业故事被央视 CCTV2 、北京日报、深圳卫视、浙江日报等报道过。
- 豆瓣 7.8 分《产品经理面试攻略》作者、AI对话第一书《Prompt 魔法书》作者，均机械工业出版社出版。
- 被三节课（IDG投资）、魔学院（红杉投资）、量子教育（腾讯投资）、起点学院邀请研发了多种IT视频课且已上架，2万人付费学习。被多所高中邀请举办ChatGPT 科普讲座。
- 逆行求职特邀导师、爱思益特邀导师、圣商商学院讲师、实践家总裁班讲师。
- 师从阿里销售铁军总经理俞朝翎，参加华为销售训练营学习后实战总结。
- 持有软著 25 个，专利 3 个。