

场景驱动的商机挖掘流程

——重点客户商机挖掘策略工作坊——

课程背景

销售人员（经理）常常面对以下挑战和困惑：

- √ 不知道应该如何深度挖掘客户的需求
- √ 客户总认为我们不懂他们的业务和需求
- √ 销售天天见客户，却依然找不到客户商机的路径
- √ 销售天天“搞关系”，却依然很少获得销售机会
- √ 客户关系尚可，但客户的合作机会却未必给我们
- √ 客户方案写了一版又一版，客户总觉得不太满意

……

解决问题

- √ 区域销售团队缺乏有效方法和抓手，持续批量化获得高质量商机
- √ 销售团队客户思维不足，难以从客户视角进行客户需求深度挖掘
- √ 新客户拓展空间有限，关系营销占主导，商机获取依赖私人交情
- √ 销售团队过度依赖新客户的拓展和短期机会，不懂持续客户经营

课程价值

- √ 锻炼并培养业务团队的客户导向思维和视角
- √ 培养销售团队科学有效的客户业务梳理能力
- √ 掌握客户典型业务场景分析逻辑和结构方法
- √ 利用低成本批量化获取高质量销售商机线索

- √ 规模化复制客户场景解决方案深耕行业客户

课程收益

- √ 剖析重点客户典型业务场景
- √ 研讨重点客户潜在场景清单
- √ 开发客户系列场景应用方案
- √ 研讨客户业务推进关键任务
- √ 确认商机输出营销拓展计划

教学形式

本训练课程是基于世界级专业营销理论，并结合国内具体实际，尤其是本人在华为大客户销售和管理的实践而开发。

该课程（培训）通过学员的真实案例实战演练，学员亲身感受和全身心参的“训战结合”的方式进行。

让学员能够在体验、互动和现场演练中体会到销售的乐趣与奥秘。

感受课程知识点和内容的同时，深入思考、反思与感悟，结合自己的销售实践，融会贯通，建构自己客户商机挖掘方法与技能体系。

课程对象

业务类型适用：解决方案或战略型销售的团队或组织

岗位类型适用：一线大客户销售、销售管理者及企业负责人

课程时间

两天/14 小时（建议上午 9:00~12:00，下午 13:30~17:30）

核心大纲

目录	流程/任务
<p>第一步</p> <p>实战客户选择</p>	<p>分析客户经营逻辑，理解客户核心价值</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 走入客户的核心业务与价值链 2. 如何真正做到“以客户为中心”
<p>第二步</p> <p>典型场景剖析</p>	<p>梳理核心业务流程，洞察客户业务目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 客户典型业务场景定义 2. 客户典型场景两个维度 3. 客户典型场景“四要素” <p>【实战】客户典型场景描述</p>
<p>第三步</p> <p>场景清单列举</p>	<p>还原客户应用场景，发现场景能力障碍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 深度理解并梳理客户的业务目标 2. 梳理客户业务流程输出场景清单 3. 梳理客户场景清单的三大核心方法 4. 绘制客户业务流程图穷举业务场景 <p>【实战】重点客户潜在场景清单</p>
<p>第四步</p> <p>场景方案匹配</p>	<p>提炼场景关键需求，匹配客户场景方案</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 重点客户场景能力/方案匹配表

	2.对应场景标杆案例梳理
第五步 场景机会评估	实施场景机会评估，输出客户潜在商机 1.评估机会：应用成熟度与能力资源维度 2.评估机会：客户与我方双赢价值维度 3.应用双维矩阵进行典型场景机会评估 4.客户场景校验与完善计划 【实战】典型场景机会评估
第六步 营销计划制定	客户商机挖掘检查，营销落实计划制定 1.客户商机与洞察检查表 2.重点客户营销拓展计划 3.重点商机与线索梳理 【实战】全场景视图实现客户经营