

# 课程概要

## 课程前言

华为公司于 1987 年由 6 个人集资 2.1 万元成立，是一个默默无闻的中国小公司，经过 20 多年的艰苦奋斗，在 2013 年成长为世界上第一大通信设备公司，在 100 多个国家设有办事和销售机构，海外销售收入占公司总收入的 60%，是真正意义上的跨国企业。2019 年，面对美国的封杀，华为不仅没有垮掉，销售额还继续增长，达到了 8588 亿元。

华为公司是中国企业的一个奇迹，也是世界通信企业的一个奇迹。

华为公司绝大多数客户是沃达丰、英国电信、中国移动、中国电信、德国电信、法国电信等这类世界顶级大客户。

华为是如何以一个默默无闻的小公司身份成功敲开这些超级大客户的大门，并击败欧美强敌占领这些客户市场的？

本课程以培训师在华为 20 年的亲身经历，为你系统地解读华为的市场战略与战术。

整个授课时间为 1 天。

## 课程收获

- 掌握分析战略市场的方法
- 掌握打开大客户市场的方法
- 掌握占领大客户市场的强大武器
- 掌握品牌建设的方法

## 授课形式

以举例、研讨为主，做到给学员以启迪。

课堂讲解占 70%，问题解答占 10%。讨论分析占 20%。

## 课程对象

企业中高层管理者，市场、研发、采购、生产部门及其他对营销感兴趣的经理人。

## 课程大纲

## **1 华为的市场战略**

- 1.1 华为的战略分析模型
- 1.2 华为 30 年都没有改变的市场战略
- 1.3 市场分析方法与实用工具

## **2 发现价值大客户**

- 2.1 分析价值客户的工具
- 2.2 发现价值客户的途径
- 2.3 如何打情报战

## **3 华为是如何占领市场的**

- 3.1 如何对战略市场进行布局
- 3.2 做好解决方案销售的 4 项基本技能
- 3.3 分析客户的采购模式

## **4 如何打动客户的**

- 4.1 如何做客户关系
- 4.2 如何做好客户接待工作

## **5 华为的竞争战略与战术**

- 5.1 你知道你的对手是谁吗？
- 5.2 华为是如何一步步消灭强大的欧美对手的

## **6 华为的新商业模式**

- 6.1 什么是商业模式
- 6.2 华为是如何做到低价中标、持续赢了的

## 7 如何构建一流品牌的

7.1 华为是如何快速实现品牌突破的

7.2 没钱怎么做品牌