**爆炸式增长之道：华为高维营销**

**时间地点：**2023年12月22-23日 长沙
**培训费用：**5960元/人（教材费、讲义费、专家演讲费、午餐和发票）

**培训对象：**

企业高层经营人员、市场/营销/销售/客务/研发等中层管理人员。

**课程目的：**

（1）帮助学员深刻认识传统营销的局限性，增强做好营销转型的主动性

（2）帮助学员深刻理解高维营销的有效性，自觉实施高维度营销，实现企业快速增长

（3）帮助学员熟练掌握高维营销的方法论、模型、能力、技能和工具，成为高维营销的高手

（4）构建基于组织营销能力支撑的高维、高效营销方式，帮助学员开阔经营视野、升级经营维度，助力企业在激烈的市场竞争中有效实现“降维打击”

**课程特点：**

（1）观点鲜明、案例对应

（2）训战结合、层层推进

（3）实战性强、快速落地

（4）情景演绎、具体生动

**课程大纲：**

**[第一模块：传统](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/65363b4efe1940f689909519fe20720f_5%22%20%5Co%20%22%E7%AC%AC1%E7%AB%A0%20%E9%94%80%E5%94%AE%E5%B0%B1%E6%98%AF%E5%B8%AE%E5%8A%A9%E5%AE%A2%E6%88%B7%E6%88%90%E5%8A%9F%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)销售方法论的无奈和升级**

**[1、传统](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/090bc6560fbe43839cf9534f3e1167fb_5%22%20%5Co%20%221.4%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E8%B7%AF%E5%BE%84%E5%9B%BE%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)销售方式弊端**

**[2、传统](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)销售模式解读**

（1）两种场景

（2）四种模式

[（3）互联网对传统销售模式的颠覆](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/090bc6560fbe43839cf9534f3e1167fb_5%22%20%5Co%20%221.4%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E8%B7%AF%E5%BE%84%E5%9B%BE%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

**[3、传统](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)、现代营销模式比较**

（1）概念解析：销售VS营销

（2）以产品为中心的传统销售模式特征

（3）以客户为中心的现代营销模式特征

 **4、新经济环境下迫切需要升级营销维度**

（1）传统销售模式造成的伤害和困境

（2）突破困境的营销新思维-高维营销

（3）高维营销模式带给企业的巨大价值

**[5、高维营销](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/1ad892838fa54a16bf909bde835267d3_5%22%20%5Co%20%221.2%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E7%9A%84%E5%86%85%E6%A0%B8%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)模式的三块基石**

**[（1）基石](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/d4a5714f85f94ada801e80b8b6fd1012_5%22%20%5Co%20%221.2.2%20%E8%85%BE%E8%AE%AF%E5%A6%82%E4%BD%95%E5%81%9A%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)1：**高维营销方法论（针对个人）

**（2）基石2：**高维销售指挥系统（针对组织）

**（3）基石3：**高维营销培训体系（针对人才）

**6、高维营销的两大层级**

**（1）层级1：**价值营销

**（2）层级2：**系统运营

（3）高维营销的本质和精髓

**[第二模块：华为](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/65363b4efe1940f689909519fe20720f_5%22%20%5Co%20%22%E7%AC%AC1%E7%AB%A0%20%E9%94%80%E5%94%AE%E5%B0%B1%E6%98%AF%E5%B8%AE%E5%8A%A9%E5%AE%A2%E6%88%B7%E6%88%90%E5%8A%9F%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)-价值营销研究最佳样本**

**[1、概念解读](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

 [（1）“MTL”](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

 [（2）“LTC”](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)3）价值营销的源泉：MM

**[2、从价值营销角度看华为](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/1ad892838fa54a16bf909bde835267d3_5%22%20%5Co%20%221.2%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E7%9A%84%E5%86%85%E6%A0%B8%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)狼性营销实践**

（1）狼性营销定义、技法

（2）企业爆炸式增长的载体：狼性营销

（3）狼性营销的结构性支撑：价值营销

**3、从价值营销角度审视华为狼性营销“套路”**

（1）基本套路、整体套路

（2）华为营销套路的设计指导思想

（3）华为狼性营销下的历年业绩表现

**4、华为价值营销的考核标准和底层逻辑**

（1）考核标准

（2）底层逻辑

（3）华为可怕的增长方式：爆炸性增长

**[第三模块：](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/65363b4efe1940f689909519fe20720f_5%22%20%5Co%20%22%E7%AC%AC1%E7%AB%A0%20%E9%94%80%E5%94%AE%E5%B0%B1%E6%98%AF%E5%B8%AE%E5%8A%A9%E5%AE%A2%E6%88%B7%E6%88%90%E5%8A%9F%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)价值营销方法论1-铁三角**

**[1、华为营销罕见成功](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/090bc6560fbe43839cf9534f3e1167fb_5%22%20%5Co%20%221.4%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E8%B7%AF%E5%BE%84%E5%9B%BE%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)的组织要素：铁三角**

（1）华为营销罕见成功的表现

（2）基于客户界面的结构性设计

（3）铁三角的“本质”

**[2、方法论解读1：价值是基础](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/090bc6560fbe43839cf9534f3e1167fb_5%22%20%5Co%20%221.4%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E8%B7%AF%E5%BE%84%E5%9B%BE%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

（1）[产品价值由谁判断](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/bf18c68d1c794c54bda69373bb438783_5%22%20%5Co%20%22%E9%98%B6%E6%AE%B51%EF%BC%9A%E5%AE%A2%E6%88%B7%E9%9C%80%E6%B1%82%E8%B0%83%E6%9F%A5%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

（2）审视自己的产品价值

（3）努力增强自己的行业经验

**[3、方法论解读2：信息是核心](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

（1）“信息是核心”

（2）信息的特征

（3）商品成交所需要的信息量

**[4、方法论解读3：信任是](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/1ad892838fa54a16bf909bde835267d3_5%22%20%5Co%20%221.2%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E7%9A%84%E5%86%85%E6%A0%B8%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)关键**

[（1）所有的销售都是为了让客户相信](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/d4a5714f85f94ada801e80b8b6fd1012_5%22%20%5Co%20%221.2.2%20%E8%85%BE%E8%AE%AF%E5%A6%82%E4%BD%95%E5%81%9A%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

（2）华为信任建立法

（3）品牌就是相信

**[5、信息强度和信息表达方式](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

 [（1）信息强度和信息的表达方式](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

 [（2）铁三角的使命](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（3）案例赏析](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)：从会销看信息如何“促成”交易成功

**6、价值营销的重大使命**

（1）让营销有“深度”：深度价值营销

（2）让客户“坚定不移”地相信

**[第四模块：](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/65363b4efe1940f689909519fe20720f_5%22%20%5Co%20%22%E7%AC%AC1%E7%AB%A0%20%E9%94%80%E5%94%AE%E5%B0%B1%E6%98%AF%E5%B8%AE%E5%8A%A9%E5%AE%A2%E6%88%B7%E6%88%90%E5%8A%9F%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)价值营销方法论2-MTL**

**[1、华为为什么](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/090bc6560fbe43839cf9534f3e1167fb_5%22%20%5Co%20%221.4%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E8%B7%AF%E5%BE%84%E5%9B%BE%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)建立MTL流程体系？**

1. 传统企业对市场/营销的理解
2. 华为对MTL的独特理解
3. MTL改变传统销售的思维模式和行为方式

**[2、MTL](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/090bc6560fbe43839cf9534f3e1167fb_5%22%20%5Co%20%221.4%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E8%B7%AF%E5%BE%84%E5%9B%BE%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)流程架构解析**

（1）流程架构图呈现

（2）架构图解读1：六大模块

（3）架构图解读2：四大功能

**[3、MTL连接IPD和LTC](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

（1）实现以客户为中心的解决方案营销

（2）“深度”价值营销的起点、终点

**[4、MTL](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/1ad892838fa54a16bf909bde835267d3_5%22%20%5Co%20%221.2%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E7%9A%84%E5%86%85%E6%A0%B8%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)高效实施需要扩大需求来源的“喇叭口”**

[（1）MTL实现“精准营销”](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/d4a5714f85f94ada801e80b8b6fd1012_5%22%20%5Co%20%221.2.2%20%E8%85%BE%E8%AE%AF%E5%A6%82%E4%BD%95%E5%81%9A%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（2）扩大“喇叭口”](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/d4a5714f85f94ada801e80b8b6fd1012_5%22%20%5Co%20%221.2.2%20%E8%85%BE%E8%AE%AF%E5%A6%82%E4%BD%95%E5%81%9A%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)关键举措：MM

（3）让MTL和IPD相互“拧麻花”

**[5、MTL促使营销“体质”：体系更有战斗力](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

[（1）MTL有效实现解决方案式销售](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（2）MTL有力促进客户孵化](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（3）MTL](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)实践：如何实现“深度”价值营销

**[第五模块：](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/65363b4efe1940f689909519fe20720f_5%22%20%5Co%20%22%E7%AC%AC1%E7%AB%A0%20%E9%94%80%E5%94%AE%E5%B0%B1%E6%98%AF%E5%B8%AE%E5%8A%A9%E5%AE%A2%E6%88%B7%E6%88%90%E5%8A%9F%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)价值营销方法论3-LTC**

**1、[MTL流程](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)与LTC流程的关联与不同**

**[2、LTC](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/090bc6560fbe43839cf9534f3e1167fb_5%22%20%5Co%20%221.4%20%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%E5%BC%8F%E9%94%80%E5%94%AE%E8%B7%AF%E5%BE%84%E5%9B%BE%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)全流程概览**

（1）LTC流程整体架构图：五层结构

（2）LTC流程价值点和收益

（3）精髓

**[3、传统型](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)企业客户（B2B）销售存在的问题**

（1）大客户销售特点

（2）传统销售管理的困境

（3）大客户销售管理之道

**4、企业大客户销售路标的设计方法**

[（1）设置](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/d4a5714f85f94ada801e80b8b6fd1012_5%22%20%5Co%20%221.2.2%20%E8%85%BE%E8%AE%AF%E5%A6%82%E4%BD%95%E5%81%9A%E8%A7%A3%E5%86%B3%E6%96%B9%E6%A1%88%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)路标的意义、依据

（2）企业和用户交流的全过程接触点

（3）大客户管理规律下的LTC主流程如何横向贯通落地？

**[5、LTC颠覆性改变客户关系管理模式](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

[（1）传统客户关系管理的基本套路](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（2）LTC环境下的客户关系管理思维](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（3）LTC全流程的五大环节分解](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

**[第六模块：](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/65363b4efe1940f689909519fe20720f_5%22%20%5Co%20%22%E7%AC%AC1%E7%AB%A0%20%E9%94%80%E5%94%AE%E5%B0%B1%E6%98%AF%E5%B8%AE%E5%8A%A9%E5%AE%A2%E6%88%B7%E6%88%90%E5%8A%9F%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)价值营销底气1-配套方法论**

**1、价值营销需要配套的方法论**

（1）价值塑造不是“编造神话”

（2）用价值“赢得”客户信赖

（3）转变思维方式、升维营销维度

**[2、](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)配套方法论1：OR管理**

**[3、](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)配套方法论2：IPD管理**

**[4、](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)配套方法论3：ITR管理（提升客户体验：客户关系管理）**

**[5、](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/f655372843304e10a0e608f90881bfcb_5%22%20%5Co%20%221.3%20%E5%AD%A6%E4%BC%9A%E5%81%9A%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E6%80%A7%E6%8B%9C%E8%AE%BF%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)配套方法论4：互联网环境下的品牌营销运营管理**

**6、用组织机制保证营销“嗅觉”的感知**

[（1）华为](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/13840740836946f49e9a2bb2c7a5729b_5%22%20%5Co%20%221.3.1%20%E5%B8%A6%E7%9D%80%E6%9E%84%E6%83%B3%E8%A7%81%E5%AE%A2%E6%88%B7%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)对“嗅觉”的定义

[（2）](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/8db756adf97148bbad051214b600ecf9_5%22%20%5Co%20%221.3.2%20%E6%88%90%E4%B8%BA%E4%B8%80%E4%B8%AA%E9%97%AE%E9%A2%98%E8%A7%A3%E5%86%B3%E8%80%85%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)成熟产品需求判断方法

（3）客户界面人员保持的结构性动作

**[第七模块：](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/65363b4efe1940f689909519fe20720f_5%22%20%5Co%20%22%E7%AC%AC1%E7%AB%A0%20%E9%94%80%E5%94%AE%E5%B0%B1%E6%98%AF%E5%B8%AE%E5%8A%A9%E5%AE%A2%E6%88%B7%E6%88%90%E5%8A%9F%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)价值营销底气2-系统式运营**

**[1、系统式运营的本质和精髓](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

 [（1）系统式运营与传统职能式运营的根本区隔](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

 [（2）本质](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

 [（3）精髓](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

**[2、系统式运营体系构建1：高维营销方法论](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

[（1）巨大价值](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（2）构成要点](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（3）内涵解读](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

**[3、系统式运营体系构建2：高维营销指挥系统](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)**

[（1）指挥系统的指向：随客户需求“起舞”](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（2）指挥系统的构成：五大模块](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

[（3）指挥系统的推进：依据销售漏斗模型构阶段推进管理](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)

**[4、](http://yuedu.163.com/book_reader/5988620ecdd64da79a31f52b72cbb8e1_4/ec72d105d1a54aa2898a8f0e31d555ef_5%22%20%5Co%20%221.1%20%E5%AE%A2%E6%88%B7%E4%BB%80%E4%B9%88%E6%97%B6%E5%80%99%E8%AE%A9%E4%BD%A0%E8%B5%9A%E9%92%B1%22%20%5Ct%20%22http%3A//yuedu.163.com/source/_blank)系统式运营体系构建3：高维营销培训系统**

（1）企业经营的“冬天”：营销会越来越吃力、销售会越来越困难

（2）系统构建1：建立价值营销的“共同语言”

（3）系统构建2：建立价值销售的“共同语言”-销售漏斗建立和使用

（4）系统构建3：建立组织摧枯拉朽式的销售赋能训战“共同语言”

**5、系统式运营体系构建4：高维营销组织保证-作战单元建立**

（1）决策机制：班长的战争

（2）组织机制：三层平台

 （3）指挥机制：前方与后方

 （4）监控机制：1+1

（5）人才选拔：意愿、能力和铁三角人才池

**6、系统式运营真正实现高维营销**

 （1）价值营销是高位营销的外在体现

 （2）系统运营是高维营销的内在保证

 （3）未来更高维度的增长之道

**第八模块：高维营销运营成功的关键**

**1、关键1：理念与组织**

（1）核心理念

（2）营销界面与执行模式

**2、关键2：方法论**

 （1）依靠结构性方法实现爆炸性增长

 （2）具体操作：全流程贯通运作

**3、关键3：底层逻辑**

**4、关键4：管理哲学**

 （1）管理哲学1：以不变应万变

 （2）管理哲学2：能量耗散

 （3）管理哲学3：熵增与熵减

**5、课程大总结：**

（1）课程落地方法论-从必然王国到自由王国

（2）传统企业如何构建高维营销体系？

 **6、交流、互动：企业高维营销运营系统的引进**

**讲师介绍：**

**熊老师**

**既具备全球 500 强背景又拥有北京大学学术研究经历的实战派专家**

**能力方向：**擅长“母系统/企业级/跨部门/端到端”的组织能力

**专业领域：**围绕“经营增长 / 能力建在组织上”展开服务，包括：

**1、管理培训：**见下面 21 门“母系统/企业级/跨部门/端到端”课程

**2、管理咨询：**主要提供客户增长解决方案服务，包括两个层级：

一是提供母系统/企业级/跨部门的企业增长整体解决方案服务；

二是根据客户要求，也提供子系统/职能级/模块化的战略＆市场、组织变革、营销销售、增长运营、人才复制体系建设、增长商业模式设计等六大模块的增长解决方案服务；

**3、经营对赌：**视客户企业的经营环境清理情况（提供组织能力建设解决方案服务）及其意愿程度（签署对赌协议）。

**曾经任职：**

1、国家人力资源和社会保障部全国高级人才评荐中心高级咨询顾问

2、国务院发展研究中心《国家软实力之企业软实力标准 I 版》课题专家组成员

3、北京大学教育文化与品牌战略研究所战略发展部副主任

4、北京大学、清华大学、中国人民大学、武汉大学、上海交通大学、华中科技大学、浙江大学、南京大学、吉林大学、苏州大学 EMBA 班特邀授课老师

**企业经历：**

曾先后服务过 HW、HP（北京）、深圳 XF 信息产业集团（研发、销售各种信息化解决方案）、北京 CX 财务集团公司、天津 JZ 机电集团公司、天津 TQM（汽车模具）有限公司、北京 KH（中移动咪咕视频）科技发展有限公司等知名企业，先后担任部门经理、“铁三角” 营销项目经理、人力资源总监、集团总裁办主任、总经理、集团营销副总裁兼人事行政副总 裁、集团董事局秘书长等要职

具有近 20 年的企业经营管理工作经历、感悟；10 余年的管理培训、管理咨询“拧麻花” 经验，对企业经营管理方法论的见解独到、领悟深刻。

**《爆炸式增长之道：华为高维营销》培训报名表**

**（复制有效）**

**公司及培训联系人信息**

公司全称（发票抬头） 电话

地址 公司产品

姓名 性别 职务 E-mail 手机

**参加学员信息**

姓名 性别 职务 E-mail 手机 姓名 性别 职务 E-mail 手机 姓名 性别 职务 E-mail 手机 姓名 性别 职务 E-mail 手机 姓名 性别 职务 E-mail 手机 付款方式：√电汇/转帐 □现金 （在所选项上打“√”） 付款总金额

住宿预定（协助预订，费用自理）：

住房日期从 日入住至 日退房，房间数量