

2023 运营商市场竞争形势分析与竞争应对策略

【课程大纲】：

第一部分 市场竞争形势分析和当下的问题诊断

1. 从三家运营商的财报解读当下的市场竞争形势

- 1.1 从净增客户乏力看规模价值经营能力的短缺
- 1.2 从客户消费习惯的改变看渠道管理存在的问题
- 1.3 高质量经营要求下如何改变无序竞争、低价竞争现状
- 1.4 传播、服务等环节存在的问题及优化思路

2、2023 年四大运营商的主要竞争策略研判

- 2.1 中国移动 2023 收入结构预判及重点工作分析（包括泛全联盟）
- 2.2 中国电信新的竞争策略预判分析
- 2.3 中国联通主要竞争策略预判分析
- 2.4 中国广电放号情况分析和发展策略分析

第二部分 面向规模价值的运营体系构建、竞对策略和关键环节把控

1、 面向高质量发展的市场统筹运营体系构建

2、 基于 CHBN 融合的竞对方案设计——灵活应对竞争对手的促销

2.1 破釜沉舟法

2.2 以逸待劳法

2.3 迂回制胜法

2.4 釜底抽薪法

专题 A、客户规模价值经营的关键环节和主要策略

- 4G 客户如何迁移 5G 和升舱（包含机套网内容）
- 场景化新增客户营销如何组织和实施
- 1、发展：新增客户挖潜、新增来源
- 2、质量：新增客户质量提升及存量客户流失掌控
- 3、销售组织效能提升
- 多卡多待终端客户保有策略
- 如何提升客户价值，客单价提升
- 缺乏明星产品背景下，如何开展流量经营

专题 B、家庭——从规模到价值，从家宽到智家

- 1、家宽客户发展及份额提升策略—精细化运营
- 2、智家市场发展策略
- 3、装维营服一体化发展要点

先进案例：基础宽带发展部分，浙江、江苏、江西公司先进经验；

智家发展及装维协同方面，其它省公司先进经验；

专题 C、生态体系及权益运营模式构建

- 1、生态平台建设运营总体思路
- 2、基于场景的生态体系构建要点
- 3、基于国家政策的生态体系构建要点

专题 D、政企业务规模价值运营提升策略

- 1、 政企运营体系构建
- 2、 垂直行业客户拓展策略
- 3、 聚类、中小微客户拓展策略

专题 E、新型渠道体系构建

- 1、 基于“流量”的渠道体系构建总体思路
- 2、 营销通路修复策略
- 3、 面向场景的营销触点打造和产能提升要点

专题 F、网格经营能力提升策略

- 1、 网格管理的三种模式盘点
- 2、 网格细分、网格长选育、网格能力提升的关键点分析
- 3、 产品入格策略
- 4、 网格考核及调度模式分析

第三部分：思考—如何压实、提高一线触点的销售执行力？

- 网络经理
- 营业人员
- 装维人员

第四部分：影响行业发展的最新技术及最新理念

- 元宇宙、
- 数字新基建、
- AI
- 算力网络

➤ Web3.0、NFT