

# 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，2019 年，面对美国的封杀，华为的销售额仍然超过了 8500 多亿元。

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产品营销管理之路。

整个授课时间为 1 天。

## 课程收获

- 掌握策划产品
- 如何管理业务盈利计划
- 如何通过策划让产品按时上市
- 如何写营销资料
- 如何做品牌宣传
- 如何组织跨部门合作

## 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 20%。讨论分析占 10%。

## 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 如何做产品策划**

- 1.1 市场策略与目标
- 1.2 市场分析方法与实用工具
- 1.3 如何分析客户需求
- 1.4 如何做产品的竞争分析
- 1.5 如何做产品定位

## **2 如何管理业务盈利计划**

- 2.1 如何做产品定价
- 2.2 如何通过商业模式的变化增加盈利

## **3 如何做产品上市**

- 3.1 产品上市需要做哪些活动
- 3.2 如何做上市准备活动
- 3.3 如何做上市推广活动
- 3.4 如何做上市效果评估与策略调整

## **4 如何写营销资料**

- 4.1 如何打动客户
- 4.2 如何做营销资料包
- 4.3 如何写解决方案白皮书
- 4.4 如何写宣传 PPT
- 4.5 如何写 HTB
- 4.6 如何写软文

## **5 如何做品牌宣传**

- 5.1 什么是品牌

5.2 如何做品牌活动策划

5.3 如何做品牌宣传

## 6 如何从单打独斗到团队化作战

6.1 华为做市场是打群架，你们还在单打独斗吗

6.2 华为的重装旅、铁三角模式剖析