

销售PPT：前十页建立采购判断

页	标题方向	这一页让采购者理解什么
01	让全球客户看懂产品、用好服务	一句定位及具体价值；明确数字体验合作范围。
02	三种业务变化，何时值得启动项目	新市场、新渠道、复杂采购对应3类适配场景。
03	总部、区域、渠道各自完成什么	展示三方任务、交接点与业务负责人。
04	从查产品到用产品，哪里仍在重复沟通	标出了解、资料、学习、询价及支持中的实际断点。
05	先判断原方案是否足够，再确定建设范围	说明替代选择及不适配条件，回答为什么买。
06	负责落地，产品支持持续扩展	讲清、及客户责任。
07	一份产品信息，怎样适配不同市场	总部事实与地区表达的关系；能力须有实例支持。
08	让采购从反复询问转成明确流程	选型、询价、订单及备件资料如何分流。
09	围绕渠道用户组织培训、资料与求助	由用户任务选择能力，说明内容和服务负责人。
10	内容可见性：诊断、修改，再看变化	解释的具体作用和评估边界。

前十页先帮助客户判断相关性和采购必要性，再讲产品。并非要求每个客户一次建设全部场景。