

《精准式会议营销实作手册》

【课程背景】

会议营销是终端动销的重要组成部分，主要通过多种多样的展现形式，以爆发性众推模式为主要营销手段，为众多企业创造了不菲的业绩，是当今各行业渠道和终端首选的营销模式。

本课程通过大量的丰富的实践向学员进行全方位展示会议营销的精髓，更为重要的是解密会议营销各个环节的关键和实操要点。帮助企业管理层和销售团队高效展示其产品和服务，迅速拉升销售业绩。

【课程收益】

- 详细阐述会销的操作精髓；
- 分析会销内训的经典案例；
- 掌握会销管理的提升方法；
- 激发会销潜力的实操方案；
- 通过学习精准定位目标群；
- 易学、易懂、实操性强，可迅速落地实作。

【课程对象】

企业中高层管理及销售团队各层级员工

【课程形式】

讲授+案例分析+实际模拟

【课程时长】

2-3天（6小时/天）

【课程老师】

金玉成老师

【课程大纲】

一、关于会议营销

- 1、什么是会议营销
- 2、会议营销的种类
 - 单一型会议营销；
 - 复合型会议营销；
- 3、会销主旨：两个中心（客户和产品）
 - 新产品或热卖品；
 - 众推的优势；

- 比较容易产生现场购买行为的；
- 决策过程简单；

4、“一对一”VS“一对多”

二、会议营销的策划

1、评估会销的指标

2、影响会销的因素

- 主题明确
- 目标客户
- 邀约话术
- 邀约方式
- 主持主讲
- 中场沟通
- 破冰谈判
- 促单跟进

三、会销致胜的六大关键点

- 1、定位：客户定位、内部定位；
- 2、选择：对讲师的要求、选择主讲嘉宾的条件；
- 2、沟通：主持、上级、其它部门、客户；
- 3、语言组织、氛围营造、节奏掌控
- 4、员工预热；
- 5、方法技巧准备；

四、会销的终极目标——现场成交

- 1、会销成交的关键点；
- 2、如何设计客户购买的理由；
- 3、如何设计“勾”；
- 4、如何塑造讲师的高价值？
- 5、群体效应及影响力中心建设；
- 6、现场签约的情绪准备与物料准备；

五、会销的精髓——团队作战

- 1、会议经营与会议营销
- 2、团队该如何分工协作

3、如何配合现场的氛围

4、会后该如何分工配合

5、现场个人的角色定位

六、实作模拟 (两天以上；一到两天为小组研讨)