

《3M 精准式会议营销》

【课程背景】

会议营销是终端动销的重要组成部分，也是企业重要的外部营销手段，通过多种多样的展现形式，以爆发性众推的数据库整合方式为主要营销手段，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关键精髓；
- 分享会销实作的经典个例流程；
- 掌握会销系统管理的提升方法；
- 激发会销潜力的企业落地方案；
- 通过学习精准定位产品目标群；
- 易学、易懂、实操性强，可结合企业特点迅速落地实作。

【课程时长】

2-3 天（6 小时/天）

【课程老师】

金玉成老师

【课程对象】

企业中高层管理及销售团队各层级员工

【课程形象】

互动讲授+案例分析+小组研讨发布+实际模拟

【课程大纲】

引言：

“不做等死，做了找死。”——你是否认同这句话？在经济日趋下行的当下，如何充分利用会销破局？如何利用会销不断的创造奇迹？

一、过去做了什么

- 1、 在你眼中的会销是什么样的
 - 解析会销的定义；
 - 会销常见的弊病；

- 2、 过去曾使用过何种会销模式
 - 单一型和复合型；
 - 常见的模式：沙龙、联谊会、恳谈会、推介会、招商会等；
- 3、 过去是如何确定会销的主旨
 - 两个中心：客户、产品；
 - 会销特点解析：客户群体、现场成交、决策过程；
- 4、 过去组织的会销取得的效果
 - 自我评估与群体自评
- 5、 你认为会销核心优势在哪
 - 与其它销售方式的对比：电销、FaceToFace 等；

本模块围绕会销种类、中心点、核心优势三个方面进行充分讲解，并结合老师在 2016 年 2 月、5 月、6 月三场会销实作为主要展示案例，本模块中有一次全员研讨，脑力激荡小组发布，角色互换以学员为主导，帮助学员迅速打开脑洞，充分热身，确保全体学员全身心投入到课程学习当中。

二、现在该怎么做

- 1、 欲成其事先利头脑（会销评估）
 - 四个关键指标：合作、细节、效果、反馈；
 - 如何根据企业和市场的实际进行有效评估
- 2、 没有最好只有更好（玩转会销）
 - 七大要素：主题、群体、邀约、控场、沟通、谈判、追踪；
 - 结合七要素对企业以往会销自评（研讨发布）
- 3、 成功来自完美掌控（胜券在握）
 - 六个重点：定位、选择、整合、组织、预热、准备；
 - 3+3+2 客户精选，会销破局的关键；
 - 如何针对本企业产品进行会前把控（小组研讨）
- 4、 死守目标绝不动摇（设计关键）
 - 会销核心思路与客户需求导入；
 - 现场成交：成交关键、购买理由、价值塑造、群体效应；
- 5、 一路同行永不停步（重在协作）
 - 协作致胜：会议经营、分工协作、氛围营造、角色定位；

本模块围绕会销评估、影响因素、关键环节、会中掌控、团队协作五个方面展开，以“现在公

司要做一场 XX 产品推广”为命题，各小组研讨发布作为开篇，学员自评以后老师结语；老师会以 2016 年 8 月的实作案例作为主要展示案例，破除原有僵化思维定式，帮助学员迅速理清思路，本模块采用以学员为主导的互动型授课方式。

三、未来如何破局

- 1、 会销的独家秘笈
 - 七个环节掌握完美会销流程；
 - 正规军与专属忠诚客户群体；
- 2、 梳理独有的思维
 - 打造真正属于你的会议营销体系；
 - 培养契合本企业实际的会销思维；
- 3、 明确未来的方向
 - 打破自我设限，设定中短期发展规划；
 - 梳理接地气的企业产品推广规划（思路）；
- 4、 落地方案的设计
 - 根据企业实际设计落地方案（根据课时安排调整此环节内容）

本模块目的帮助学员梳理思路，强化意愿。老师会设置一个完整的场景（以企业即将推广或正在热推的产品为主打，从会前如何准备、到会中具体环节实操、再到会后如何确保追踪效果，模拟结束后学员自评，小组自评，老师最后结语点评，最终完善整套落地实作流程），根据学员人数等进行微调，进行落地实作设计，以实现本课程的核心宗旨：学以致用，实作落地。本模块采用全员互动分块协作的模式。

四、课程回顾与交流研讨