

一网打尽—实战会议营销

- 最透彻的实质解读，最详尽的执行方案
- 最科学的要点分析，最实用的落地课程
- 十年磨一年，会议营销专家精心打造
- 不是行动手册，胜似行动手册

课程背景：

你还在为销量走低而发愁吗？

你还在为如何提高销售能力而不得其解吗？

你还为销售成本居高不下而一筹莫展吗？

你还在为寻找目标客户大海捞针吗？

会议营销在国内起端于保险行业、保健品行业，历经二十多年的发展，正方兴未艾，做为一种先进的营销模式，已臻于完善，几乎席卷国内各大行业。然而有些企业得其形未得其神，以致屡试屡爽，一败涂地。

本课程从原理到实操，一一给你答案！

一听就懂，一学就会，一用就灵！

课程收获：

1. 掌握基本的营销知识；
2. 理解并运用影响力六大原理促成合作；
3. 理解会议营销背后的原理；
4. 掌握会议营销的流程与技巧，举一反三，提高营销效益。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：企业中高层管理人员、营销人员、客服人员

课程特色：通过课堂讲授、案例分析与讨论、角色模拟与测评相结合，注重互动，咨询式培训。

课程大纲

第一讲：抓住营销的本质

一、企业经营哲学的演变

二、营销理论的发展

三、营销的本质—影响力

1. 互惠原理
2. 承诺与一致
3. 社会认同原理
4. 喜好原理
5. 权威
6. 短缺原理

小测试

第二讲：正确认识会议营销

一、会议营销的概念

二、会议营销的理论基础

1. 4C 营销
2. USP 理论
3. 顾客让渡价值

三、会议营销与传统营销的区别

第三讲：会议营销的创新

一、当前会议营销的不足

1. 可信度不高，客户信息收集难
2. 沟通不足，不能有效把握客户需求
3. 对客户不进行筛选与分类，营销效果差
4. 不能提供持续的、个性化服务
5. 流程简单，不能紧扣客户心理

二、会议营销创新理念

1. 核心理念
 - 1) 针对性
 - 2) 深度互动

- 3) 超值服务
2. 设计原则：组合式营销
- 1) 知识营销：作铺垫
- 2) 互动营销：作培育
- 3) 快乐营销：作成交
- 4) 服务营销：作巩固

第四讲：会议营销的运作流程

一、前端流程（知识营销）

1. 收集客户信息
2. 发送学习资料
3. 进行知识讲座

二、中端流程（互动营销）

1. 征询建议，了解需求
2. 深度沟通、推出产品
3. 邀约参会

三、后端流程（会议营销）

1. 模拟演练
2. 会中促销
3. 会后跟进

模拟演练：整体流程

第五讲：会议营销的实施步骤

1. 进行文化创新，营造执行力文化
2. 进行员工培训，了解具体流程
3. 改革组织设置
4. 优化管理体系
5. 整合传统营销资源
6. 创建样板市场，然后全面推开

第六讲：会议营销的关键控制点

一、整体流程

1. 环环相扣
2. 各具体活动的时间间隔
3. 运用表单
4. 层层筛选目标客户

二、营销现场的控制

1. 主持人
2. 咨询专家
3. 营销环境
4. 打破僵局
5. 锁定成交

三、会后跟进

1. 会后成交
2. 持续服务，再次邀约

整体内容回顾总结