

《专业化证券营销团队管理人员训练》

培训方案

一、培训理念：

你永远不可能教会他们，除非他们通过自己的思考来找到的答案，那才是真正属于他们自己的

——所以本课程大量使用提问和互动来教学

没有结合实战的演练，就如同在教室里教授游泳和单车，他们永远只是“知道”而不是“做到”，而销售技巧不是知识

——本课程尽量只聚焦实战运用

二、方案优点

✓ 系统专业，逻辑严密；

在内容设计上专门针对营销团队管理的各个方向和细节进行设计，针对性强。在内容的组织上是由浅入深，逻辑严密。

• 案例丰富，贴近实际。

每一个核心的技巧都会跟随一个案例的演练，使学员不会感觉到是在学习一些空洞和遥远的理论。

• 接近实战，在演练中学习

1天课堂演练，尽量压缩知识讲授时间，互动演练占到了授课内容的50%以上，及时发现和纠正销售不良习惯。

三、课程介绍

1、教之能学、学之能用

本课程立足于在营销团队管理的实操性，注重于在营销团队管理过程中的实际运用。摒弃了所谓的团队主管的概念性说教，而是紧密结合营销团队主管实际工作，教之如何做，如何做好。总之，该课程的重点在其内容的运用价值。

2、提高了团队管理科学化的要求

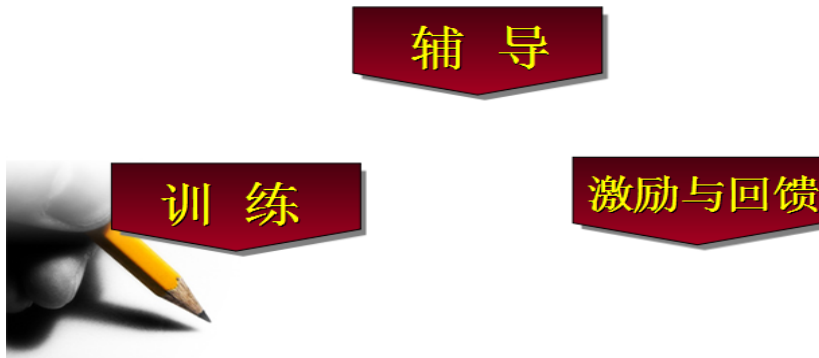
在这互联网+的时代，给营销带来了巨大的压力和挑战，使得营销团队管理需要更加细致、有序、科学，故此，营销团队科学化管理需要进一步提高已是必然之需。

3、训练团队首先训练主管

营销团队主管是一个营销团队是否成为业务集结地的核心要素。据了解，大多营销团队主管仅为业务一线的精兵晋升而来，他们有很强的个人业务能力，但往往匮乏团队管理能力，而自身的业务拓展优势又难以复制，这就造成了一个对象较为尴尬的局面。故此，训练团队必须从训练营销主管开始。

四、方案适用对象

成功的团队主管



本培训方案适用于从事营销团队管理的人员

五、专业化营销主管训练核心内容一览：

本课程根据实际事例阐述营销主管的定位之后，围绕团队主管在辅导、训练、激励与回馈这三个方面展开。

五、面授培训时间及内容安排如下：

主题	主要内容与活动	培训目标
模块一：专业化营销主管训练之营销主管的效能管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 你整天在忙什么？ <ul style="list-style-type: none"> ■ 杂乱无序 ■ 没有重点 ■ 闲的死亡的伤 ■ 注重个人业绩，忽略团队指标 ■ 缺乏有效的时间安排 ● 效能四象限法则 <ul style="list-style-type: none"> ■ 紧急重要 ■ 紧急不重要 ■ 不紧急重要 ■ 不紧急不重要 ● 营销主管的一天 <ul style="list-style-type: none"> ■ 行政事务 ■ 团队管理 ■ 个人业绩 ■ 学习训练 	<p>调整课堂气氛，当天演练的内容和安排</p> <p>切实结合营销主管的工作现状，通过对现状描述、效能管理原则运用，来有效规划每天的工作。</p>
模块二：专业化营销主管训练之营销主管定位及营销团队管理十大核心细节分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 你理解的营销主管是什么？ ● 营销主管和一般性行政主管有什么不同之处 ● 营销主管的三大角色定位： <ul style="list-style-type: none"> ■ 教练 ■ 朋友 ■ 老师 ● 营销团队管理之十大核心细节（内容节略） <ul style="list-style-type: none"> ■ 出勤与工作习惯 ■ 团队活动 ■ 激励 ■ 改善低标准 ■ 建立自信 ■ 评估 <p>课堂训练：对照十大核心细节的反馈式研讨</p>	<p>本节详细阐述主管的定位以及对销售人员管理的 10 大方面的管理，是打造营销团队的必备的细节管理能力的全面体现。</p>
模块三：专业化营销主管训练之辅导	<ul style="list-style-type: none"> ● 业绩表现分析辅导法 <ul style="list-style-type: none"> ■ 技能心态分析法 ■ 九宫分析图 ● 单位经营的铁三角定律 <ul style="list-style-type: none"> ■ 主管、营销人员及业绩的内在关系分析 	<p>通过实际工作解析，将销售人员的绩效表现由态度和技能进行横纵区</p>

巩
习
养

学
自

训后
固及
惯培

要求
员将
己所

学的知识和技能，在工作中应用后的体会写成一个文字性的心得提交给培训老师和上级主管，以促进学员将所学技能在工作进行应用，从而养成一个良好的销售习惯，最后实现培训向绩效的转化。