

# 商战之王训练营（室内版）

人才难寻，团队战斗力低下？

市场怎么切入？代理商怎么合作？终端卖场怎么？

广告怎么投？促销活动怎么做？不促不销？促而不销？

竞争对手在干什么？怎么应对行业竞争？

心累、脑累、身体累，苦苦鏖战一年却成绩平平！

如果这些问题困扰着你，那么朋友，百战归来再读书！

## 【课程目的】

商场如战场，在目前行业竞争压力越来越大，产品同质化越来越严重的今天，各个业务团队的生存力和战斗力至关重要。终端制胜、渠道为王，没有一支高素质的前线部队，再优秀的产品也只能在仓库里面落灰。本课程采用全程模拟演练和 PK 的方式，在课堂中再现一支区域业务团队的战斗状态，提升学员在区域市场当中的搏杀能力。

## 【课程简介】

室内版课程，是将学员分成若干小组，组建成各个公司，各个公司之间是竞争关系。产品由老师指定一种品类的日常用品，但是各组队员可以对其进行各种形式的市场策略性包装。本公司的顾客是除本公司之外的其他所有学员，每位学员都有一定的购买力（通常每人 20 元），每位学员在课程结束时，必须将自己的购买力消耗完毕，可以购买除本公司外不同公司，不同数量的产品。学员进货、使用宣传道具、促销活动道具、赠品等花费全部计入该公

司成本，通过卖出自己公司产品获得收益，最后计算各公司的利润情况，以此判定胜负。

课程从公司建立选拔人员开始，通过市场策略分析、产品卖点塑造、产品营销策略、市场策略、广告宣传、促销活动等各个环节进行模拟和沙盘演练，真实再现市场环境。在各个环节当中，老师会进行讲解和点评。课程开始到课程结束，是整个售卖环节，任何一个时间都可以成交。

只要是合理合法的，市场中真实存在的手段，都可以运用。真正的获胜者，会想尽办法运用各种手段，利用任何时间接触客户，达成成交，无所谓休息与不休息！

通过这种实战演练，帮助学员在干中学、在学中练，达到一般课程无法达到的效果。

#### 【授课对象】

营销总监、各级区域经理、办事处主任、业务员

各级经销商、业务经理、店长

#### 【课程形式】

全程模拟+沙盘演练+团队 PK+商战案例分享+知识点讲解

#### 【课程原则】

实战原则：真实模拟当下市场环境

提升原则：在模拟中发现问题，改善问题，提升学员能力

利润原则：所有胜负，看每个团队的利润高低为唯一标准

奖惩原则：胜者为王败者寇

## 【课程设置】

### 第一天：

上午：（开课前不分组，学员进场后自由落座，课堂的桌椅尽量选择可移动的，方便各个公司成立后进行组合）

开场：主持人开场，授课要求讲解，引老师上场（准备老师出场音乐）

#### 第一时段：建立团队

1. 课程规则和比赛规则讲解（老师讲解竞赛流程、竞赛规则、奖惩方式。奖惩方式分为团队式和个人式两种，团队式由老师宣布，奇数组别，最终由最后一名给第一名一定的现金奖励、倒数第二名给第二名一定的现金奖励，以此类推，中间一组轮空；如偶数组，则无轮空。具体奖金数量根据各组队员人数确定，一般平均每人不超过 200 元。个人式，在团队组建时由队员自己承诺。）

根据学员人数选出适当数量的团队领导（也可由企业方指定）

2. 团队人员组成和人才的选拔方式（老师讲解）

3. 团队人员选择

各个团队领导组建自己的团队，人员在会场里自由选择。本时段将考验每个团队领导的团队设置能力、人才选拔能力、沟通能力。优秀的团队领导能够在更短的时间之内找到合适的人选并组成自己的公司。

4. 团队组建

各团队确定公司名称、公司理念、公司 LOGO、成员的岗位、工作职责、个人奖惩承诺，完成本团队的组织架构图。

## 5.公司成立仪式

各公司在领导带领下集体亮相展示士气、宣读个人奖惩承诺。

## 第二时段：制定市场策略

### 1. 公司竞争力分析（老师讲解）

分析产品、分析市场环境、分析自身、分析对手、运用 SWOT 分析目前情况

### 2. 产品分析

产品卖点塑造和市场宣传策略（老师讲解）

确定本产品品牌、品牌宣传语、主要受众群体、产品卖点塑造、产品广告语、制作平面宣传

海报

### 3. 确定销售策略

销售计划的制定和分解（老师讲解）

完成 SWOT 分析表，确定进货数量、确定销售计划、活动计划

**中午：**各组到市场上按照计划购买产品和各种道具

**下午：**

## 第一时段：团队执行力建设

在公司建立、计划确定之后，关键的问题就是如何保证计划得到执行，没有执行，一切都是空中楼阁，本时段主要提升管理者的团队管理能力。

1. 各组进行第一次广告宣传（每组三分钟）
2. 什么是狼性团队（视频案例分享）
3. 破除和谐团队的五大障碍
4. 如何将平凡的人变得不平凡
5. 派任务
6. 应对下属求助
7. 表扬与批评
8. 会授权

分组活动：扑克迷局

## 第二时段：市场应变能力

针对对手的宣传和产品诉求，及时调整自身的战略和竞品策略至关重要。唯一不变的就是变，区域战场的战士要学会随机应变，创新思路。

★ 如何破竞品（老师讲解）

创新游戏：T字谜题（简版）、凤回巢

★ 广告和市场策略再设计

★ 各组进行第二次广告宣传（每组三分钟）

★ 课堂总结、明日课程提示

晚上：有志者事竟成，你喝咖啡的时候，也许是别人敲开顾客大门的时候，各组自由行动。

## 第二天：

上午：

### 第一时段：绝对促销

掌握促销活动的设计、组织、执行，让活动落到实处

#### 1. 促销活动的实质

对自己、对客户、对竞争对手

顾客是来干什么的？

#### 2. 绝对促销五核心（全程案例分析教学）

一个统领的核心概念

一个打动人心的促销口号

一套整合的视觉系统（宣传、拦截等）

一个完善的活动计划（蓄水、运作等）

一套有效的执行体系（人员、动作、话术等）

### 第二时段

#### 1.特殊资源竞拍会

用竞拍的方式各组竞拍对自己有利的特殊资源，所花资金计入该组成本。

#### 2. 各组设计下午促销活动，进行物料准备

## 下午：促销活动大PK

小组采用抓阄的形式决定出场顺序。(购买特殊资源小组除外)

每个小组拥有 30 分钟时间，模拟活动现场，引爆销量。

结果总结、经验分享、奖惩兑现。