

建材家居终端促销策划执行与管理

【课程背景】

现在是消费 3.0 时代，供大于求，消费者可选余地多，商家竞争如火如荼。促销作为营销核心要素之一，已成为商家重头戏。可以说，如今已进入无促不销的新时代。

那么，促销应该怎么做，如何策划促销活动，如何落地执行，促销中哪些环节不容易把握，要注意哪些关键节点，如何达成促销目标，促销团队如何管理等等，这些都是厂家和商家需要熟练掌握和精通的。

【授课时长】

1~2 天

【课程收益】

- 1.掌握促销策划流程
- 2.掌握促销执行关键环节
- 3.掌握促销管理的方法和工具

【授课对象】

总经理、导购、店长、经销商、营销总监

【课程特色】

课程讲授，案例分析，模拟演练，互动训练，小组讨论，团队 PK。

【课程大纲】

一、五大促销思维

思维 1：促销常态化

思维 2：促销是一场心理战

思维 3：促销是一场攻坚战

思维 4：投入是促销的前提

思维 5：促销是盈利的核动力

二、促销策划要素

1.促销目的与主题

2.促销目标与预算

3.促销产品与价格

4.促销物料与氛围

5.促销推广与集客

6.促销团队与执行

三、促销物料设计

1.促销单页的五大内容

2.促销终端的布置要领

3.促销标语与团队氛围

4.促销物料设计清单

四、促销宣传推广

1.传统媒体：电视、报纸、户外广告、活动广告

2.网络媒体：网站、自媒体、微信朋友圈

3.小区推广：硬广、活动与扫楼

4.电话营销：邀约话术与技巧

5.短信营销：设计与发送

6.搜集手机：积累与公关

五、促销集客管理

1.优惠卡销售与赠送

2.意向客户的跟进步骤

3.老客户带动新客户秘籍

六、促销礼品管理

1.礼品设计的三项原则

2.礼品促动的五项注意

3.礼品的摆放与发放

七、促销团队激励

1.激励的三大原则

2.激励的逻辑与理性

3.激励的兑现

八、促销动员大会

1.动员令的设计与发布

2.动员大会的流程与内容

3.促销协议的制定与签订

4.促销团队与组织架构

九、促销现场管理

1.活动前一天的注意事项

2.活动签到管理与技巧

3.现场主持与氛围营造

4.文艺表演与抽奖互动

5.现场客户跟进与签单

6.礼品有序发放

十、促销活动总结

1.总结是为下一次成功加油

2.人人总结和事事总结

3.总结报告与结论

4.促销经验管理

