
销售激励与授权

销售经理领导力与执行力的提升

吴洪刚 博士

【课程背景】

对于销售经理和营销人员来说，不管是身经百战而经验丰富的成熟人才的加盟，还是毕业校门初涉营销职业的学子，都是人生事业中的转折点和新起点，如何调整心态，正确的了解和认识自己服务的企业，了解自己的岗位职责，增加对企业和事业的认同度，树立正确的职业道德观和职业人士的基本行为修养，对公司营销队伍的企业文化建设和高绩效团队的建立，以及达成公司与团队、团队与个人的目标有着重要的作用。

对了销售管理者而言，如何激励与授权往往是决定其管理有效性的关键，团队的激励和授权也往往是由业务员向销售管理者转变过程中，销售经理最为缺乏的能力。只有通过系统的、有条理的训练，才能让销售经理或主管快速成为一个知道如何激励与授权的合格领导者与管理者。本课程重点就在于提供给了销售管理者基本的激励思想与管理方法。并提出许多管理中有启发性的细节。对销售经理的快速成长具有非常大的帮助。本课程在国内很多知名企业进行培训后，产生了非常好的反应。

【培训目标】

- 掌握正确的销售团队激励思路与方法
- 培养与提升销售经理的领导、激励能力
- 掌握授权工作的基本要领
- 提升销售团队的执行能力
- 促使销售经理转变为有效能管理者

【培训对象】

- 企业中级或高级销售经理
- 企业基层销售主管
- 企业各级销售代表、业务人员。

【讲授章节及要点】

第一章：了解你的销售团队

你对你的团队成员了解多少？

培养与团队成员的互信关系

尊敬你的销售团队成员

了解你的销售员的能力水平

如何与销售人员进行沟通

如何委派工作任务

如何批评团队成员

游戏：大卫魔术

第二章：狼性营销团队的智慧

狼的十大处世哲学（卧薪尝胆、众狼一心、自知之明、顺水行舟、同进同退、表里如一、知己知彼、狼亦钟情、授狼以渔、自由可贵）

狼的“团队精神”

个体与整体

善于交流的狼

第三章：卓越的销售激励思维与方法

个体激励的三大问题（个体积极性的源泉、影响激励的因素、怎样调动人的积极性）

马斯洛需求论

赫茨伯格双因素理论

期望理论

公平理论

激励过程与一般步骤

第四章：如何有效授权

为什么要授权

授权的阻碍与程序

哪些工作可以授权

不应该授权的工作

和员工一起确定目标

定期检查及其尺度

第五章：如何提升业务员的士气

练就越挫越勇的心态

良好的心态，成功的基石

大胆正视拒绝

第六章：销售管理“三四五”原则

销售管理三个“3”（管理三要素、做事三原则、处理投诉三原则）

销售管理四个“4”（管理宗旨、管理风格、对待他人、问题沟通）

销售管理五个转变（对人-对事、被动-主动、封闭-开放、单向-多向、定性-定量）

第七章：如何提升销售经理的领导力

全球化下营销人才要求

新营销时代的“五识”人才

营销团队建设的“五明”管理

第八章：如何提升销售员的执行力

执行力提升的关键要素

销售员执行心态

销售员执行方法

执行的角色与基本原理

【课程特色】

我们的培训有具备以下的特点：

培训师都是有多年营销管理经验或企业咨询服务的背景的高级顾问；课程中讲师运用了对营销咨询实战的案例，中有大量的对中国市场的研究和值得借鉴的案例与方法。

可以根据各企业关注的重点进行有针对性的课程设计；

可以围绕企业关注问题进行顾问式探讨；

培训中，教给企业的营销人员相应的管理方法与工具；

【授课方法】

专家讲授、互动对话、分组讨论、案例分析、课堂练习