

《市场管控技巧》课程大纲

【课程目标】

- 掌握大客户开发的策略，提高大客户销售的技巧和能力；有效的整合公司资源，并对大客户进行管理从而建立起良好的战略联盟关系。
- 了解区域市场分析和管理工作，学习开发区域的计划和实施步骤，掌握多种区域日常运作管理技能。
- 懂得如何进行品牌及终端营销，了解品牌攻略及终端策略对企业区域市场开发的推进作用。
- 规范营销团队管理者的领导动作，塑造适合自己的领导风格，掌握营销团队管理的系统规划方法。
- 加强各个营销职能部门之间的团队合作精神，实现统筹综效。建立公平高效的激励机制，打造高绩效销售团队

【课程对象】：

家电、快消、日化、汽车、医疗等行业区域经理

【课程时间】：实战版 2 天，浓缩版 1 天

【课程大纲】：

一 分析区域市场

- 区域市场的组成
- 获得和储存区域信息
- 信息储存的问题
- 标准数据
- 拜访日报
- 区域特性的构成

二、制定销售计划

- 设定目标市场的方法
- 评定市场价值的因素
- 区域市场细分活动
- 销售计划制定流程
- 销售计划体系图
- 不同区域开发战略

- 确定销售目标的方法
- 销售分配原则和程序

三、销售活动管理

- 潜在客户开发和管理方法
- 不同区域开发战术
- 狩猎型与农耕型策略
- 制定拜访计划的步骤
- 系统化区域覆盖
- 建立更系统的拜访日程
- 成为潜在客户前后的不同计划
- 拜访活动基本表格管理要点
- 商谈进度管理方法
- 日常行动管理
- 成功区域管理的秘诀

四、区域管理评估

- 销售管理面临的内部挑战
- 区域评估日程和参与人
- 销售员职责
- 销售经理职责
- 区域总经理职责
- 有效评估的关键

五、营销团队管理者的个人领导力建设

- 规范营销团队领导者的管理动作
- 优秀营销团队领导者的个人素质体现
- 优秀营销团队领导者的个人角色定位
- 如何做职业性的营销团队领导者——规范动作
- 如何做职业性的营销团队领导者——四种领导风格

六、如何对营销团队成员进行合理的遴选

- 杰克·韦尔奇眼中的人员选择流程——如何避免惯性思维
- 如何根据坑的数量找“萝卜”——避免资源浪费
- 如何用“工作小时计量法”测算销售队伍人数
- 如何选择有“慧根”的人——找到优良的种子”
- 自信力——便于和客户建立陌生关系
- 领悟力——能够发现和满足客户需求
- 影响力——能够与客户共同推进销售进程
- 取悦力——能够让客户持续愉悦

七、营销团队及组织的日常管理

- 你的团队是“ $1+1 > 2$ ”还是“ $1+1 < 0$ ”？
- 如何防范诚信危机

- 如何消除营销团队成员之间的沟通障碍
- 如何让营销团队成员参与决策
- 如何用授权推动团队向前跑

八、营销团队及组织内的销售人员控制

- 组合一流团队，让团队能够“成形”
- 控制销售人员日常活动的管理表格的设计
- 如何通过报表发现团队销售人员工作中的问题
- 如何加强对优秀营销团队成员的管理
- 合理树立官威——兵不血刃法、用律不用刑、敲山震虎法
- 如何消除营销团队发展过程中产生的“多种矛盾”