



《项目式营销》课程大纲

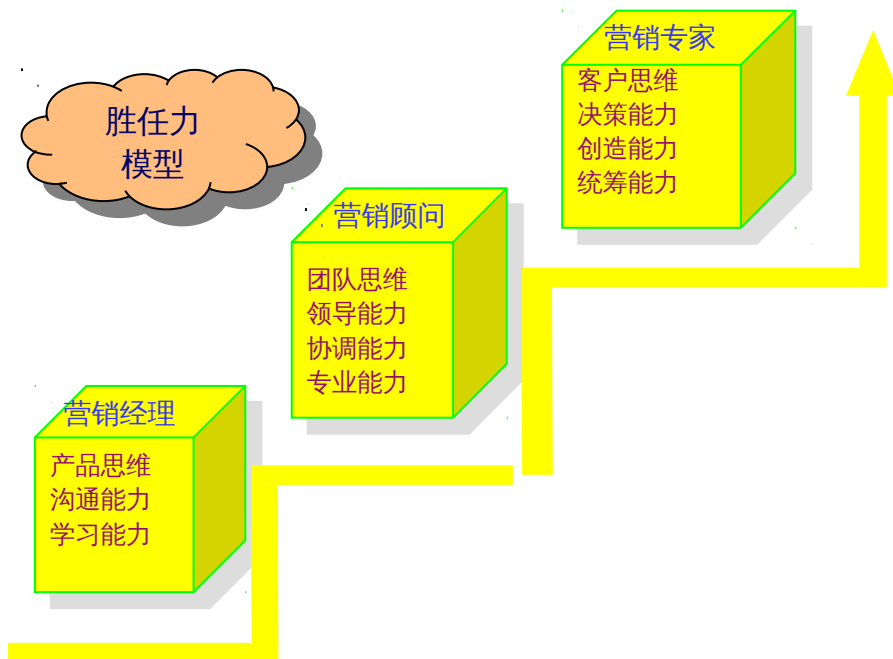
1、课程缘起

在项目式营销过程中是否遇到以下困惑：

- 项目前期，洪洪烈烈;项目后期，偃旗息鼓;我们该如何使项目柳暗花明?
- 分工不明确，相互推诿，项目团队如何协调呢?
- 营销政策制定左右为难，我们该如何制定?
- 新销售员成长困难，流失率惊人，我们该如何进行营销管理?
- 项目过程难以掌控，形成费用黑洞，我们该如何有效控制?

2、课程说明

企业想要培养金牌店长、优秀的营销团队，不再只是纸上谈兵，更注重的是实战结果。现今通过面授培训会遇到讲师在上面讲，学员饶有兴趣的听完，但回到岗位仍然还是用旧式方法工作，学习效果不显著。在设计《项目式营销》课程，陈老师更注重与学员的互动，让学员通过与实战场景相结合，模拟出日常遇到的多种类型客户，并能让学员在演练过程中，与陈老师共同讨论、总结出一套实用的客户分析图，提升学员的项目思维、营销思维。



同时，企业领导可以观模学员在演练中的表现，从而发现员工需要提升的点，更好



的发挥员工的长处，弥补短板。并能引生出员工胜任力模型。

3、培训对象

项目相关参与人员

4、培训目标

- ▣ 学员在演练学习过程中，了解如何用项目式思维营销；
- ▣ 学员参与感强，提升灵活应对能力；
- ▣ 挖掘并发挥内在潜能；
- ▣ 通过学习与演练，找出自身不足点，并能在讲师的引导下，提升营销思维；
- ▣ 协助企业对学员做出能力测评，引生出胜任力模型；
- ▣ 提高自身营销能力，对产品的销售有新的思维框架；
- ▣ 重新认识如何吸引客户对金融产品的兴趣；
- ▣ 高效的客户管理、高效的时间管理、高效的情绪管理。

5、课程大纲

引言：

分钱：团队思维

赚钱：产品思维

收钱：客户思维



一、团队思维：

- ◆ 团队协作,如何将个体的劳动成果组成团队共同存在的价值
- ◆ 标准化,让劳动成果可以保存下来
- ◆ 时间成本的损耗,如何体现个人的价值
- ◆ 如何将每次成果累积,经验如何升华
- ◆ 如何在带领导团队同时,巩固学习
- ◆ 如何处理团队异议,提升情绪管理
- ◆ 案例 1:用人原则:忠诚大于能力
- ◆ 案例 2:什么是契约精神

- ★ 案例分享、现场演练、分组讨论、学员分享

二、销售篇

- ◆ 销售过程中销的是什么?
- ◆ 销售过程中售的是什么?
- ◆ 买卖过程买的是什么?
- ◆ 买卖过程卖的是什么?
- ◆ 案例 1:受欢迎的说话方式
- ◆ 案例 2:线下实体店都没落,他却开店 1100 家,营收 50 亿

- ★现场演练、讲师点评、讨论产品、分析客户

三、产品思维

- ◆ 满足需求 (如何让公司的每一款产品都让顾客尖叫并疯狂购买?)
- ◆ 无中生有 (如何打造漏斗式的商业模式,让顾客持续不断买单?)
- ◆ 出奇制胜 (如何运用颠覆时空的思维模式创造并引领商业潮流?)
- ◆ 什么是漏斗策略
 - 入门产品
 - 常规产品
 - 流行产品
 - 领先产品



- ◆ 案例 1：工匠精神
- ◆ 案例 2：讲好品牌故事
- ◆ ★现场演练、讲师点评、讨论产品、分析客户

四、客户思维

- ◆ 满足需求（如何让公司的每一款产品都让顾客尖叫并疯狂购买？）
- ◆ 营销本质含义；
- ◆ 如何让客户从陌生、知情、信任、成交；
- ◆ 如何进行信誉捆绑；
- ◆ 销售流程：

抓潜--（沟通）--成交--（服务）--追销

- ◆ 客户分析：贵客、新客、散客、常客
- ◆ 案例 1：从“刘备娶亲”看诸葛亮的大客户销售策略及技巧
- ◆ 案例 2：银行卡沦为废品？中国银联拉响警报

★现场演练、讲师点评、学员总结

经过两天的学习，每个小组成员选代表，上台总结当天学习的收获，老师对每个学员的整体情况及表现的提升部分给予评分。