

《打造营销铁军》

课程教学大纲

课程名称：《打造营销铁军》

课程性质：内训/公开课

教学时数：学时:12 小时（2 天）

课程对象：全体营销人员

课程简介：企业的业绩主要是通过营销团队来完成的，进入互联网时代，市场竞争加剧，如何打造一支“招之即来、来之能战、战之能胜”的营销铁军是各个企业的头等大事。

教学目标：通过课程的学习，教会学员如何组建各地办事处、分公司等分支机构，根据企业的实际情况招聘合适的营销人员，对营销人员进行管控和激励，制定合理的计划、强化执行力，以达成公司既定的战略目标。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：第一部分 营销铁军的组建

- 一、营销铁军的基本特征
- 二、如何招到操盘手或营销经理？
- 三、招聘中经常出现的误区与解决办法
- 四、超常规招人的路径与方法
- 五、换人与离职的秘诀
 1. 年度换人法
 2. 旺季换人法
 3. 新品换人法

- 4. 融资换人法
- 六、营销铁军的组织再造
- 七、互联网团队的设置
- 八、工具：现场面试四招
- 九、案例：企业中的组织部长

第二部分：营销铁军管控与激励

- 一、九零后员工管理与激励方式
- 二、八招提升员工满意度
- 三、营销团队的整体效能如何提高
- 四、为什么员工不思进取？
- 五、营销体系的管控方法
 - 1. 结果管控
 - 2. 信息管控
 - 3. 制度管控
 - 4. 组织管控
 - 5. 过程管控
- 八、案例：在“支、帮、促”中成长
- 九、工具：条块结合的工具使用

第三部分：营销目标达成

- 一、制定营销计划的误区
- 二、营销预算中常见的误区
- 二、业绩完不成怎么办？
- 三、销量预测的方法
 - 1. 行业增长率
 - 2. 去年同期
 - 3. 竞争环境
 - 4. 爆款产品周期
 - 5. 市场投入
- 四、如何准确的制定营销计划
- 五、如何开好月度营销会议

- 六、如何用复盘来管控营销计划
- 七、实现目标的五大技巧
- 八、工具：一张报表看清营销能力
- 九、案例：为什么月报、周报、日报都不起作用
- 十、案例：王总公司的营销费用为何总是超标

第四部分：提升铁军执行力

- 一、高效团队的主要特征
- 二、团队建设遇到的困境
- 三、高效团队八种基本角色
- 四、有效提高团队凝聚力的策略
- 五、团队执行力差的原因
- 六、个人利益与团队利益
- 七、铁军再造法则
- 八、一切行动听指挥
- 九、铁军执行心理素质
- 十、专业大练兵
- 十一.案例：三湾整编
- 十二.案例：华为的狼性团队