

营销人员的时间管理

【授课老师】 高海友

【授课课时】 2天

【授课对象】 营销人员、营销管理、营销骨干

【授课形式】 理论讲解、案例分析、参与式互动式教学

【授课大纲】

一、 时间管理

1. 时间管理是一门技术，更是个人的一种习惯。把这个技术养成习惯，就是实力。
2. 良好的时间管理是成功者必备的一种习惯。
3. 它会让人们在不知不觉中取得巨大成绩，而顺其自然。

二、 时间管理九要素

1. **统筹管理：**
 - a) 把未来纳入现在，把更多统一在一起
 - b) 消灭“晚了……”“早点做就好了……”“先把米浆上……”
2. **爱好管理**
 - a) 以工作为中心的爱好设计，以工作为中心的爱好舍弃
3. **习惯管理：**--把对的事情养成习惯
 - a) **集腋成裘。零碎时间管理**（大学生车祸，背单词）。
 - b) 专业行业学习……
 - c) 放弃一些不好的习惯……大量的游戏时间、韩剧、美剧
4. **生活圈管理：**
 - a) 减免或压制无效生活圈
 - b) 打造和设计有效同未来、同工种有关系的生活圈
 - c) 精选朋友、成败朋友圈
5. **两个统一：**
 - a) 统一娱乐和工作。小猫的游戏，狮子的打闹，工作和爬山……又是玩又是训练
 - b) 统一该做的事情和想做的事
6. **抓住重点：**
 - a) 80/20原则，大客户原则。
7. **保持焦点**
 - a) 一次只做一件事情，一个时期只有一个重点。抓住重点，远离琐碎。
8. **搁置的哲学**
 - a) 所有的结果，加上时间维度，都是过程
 - b) 不要固执于解决不了的问题，可以把问题记下来，
 - c) 让潜意识和时间去解决它们。学会被动，

d) 改变不了世界，就让世界改变我们。

9. 高效、有效

a) 李开复：把“必须做的”和“尽量做的”分开。

b) 罗列清单，按需完成：只看需要，不看喜好。美国心理学之父威廉·詹姆士对时间行为学的研究发现人们总是愿意规避不喜欢的工作，哪怕是应该做的。所以，先做不喜欢的工作。

c) 消灭拖延症，现在就做：不要给自己思考和犹豫的机会，先做了再想。

d) 严格规定完成期限：《巴金森法则》：“你有多少时间完成工作，工作就会自动变成需要那么多时间。”

e) 时间和节点限制—必须结束，不得不走。要学会限制时间，不仅是给自己，也是给别人。

f) 规律性休息：在疲劳之前休息

g) 时间诊断法：做好时间日志记录分析法

三、 时间管理四象限分析

1. 重要又急迫—救火队长
2. 重要 不紧急---大成者
3. 紧急但不重要的事--看着很忙
4. “时间窃贼”—碌碌无为者

四、 多做些重要不紧急的事情

1. 快速成长五步法
 - a)
2. 用零碎时间做好客户维护
 - a) 如何让客户喜欢
 - b) 如何让客户信任
 - c) 如何让客户不离不弃
3. 让个人成长成为习惯
 - a) 心态能力：正确的心理模型
 - b) 情感依赖能力体系：礼仪能力、仪式能力、情商能力
 - c) 专业依赖能力体系：顾问能力、专业依赖力打造；技术-技能
 - d) 伦理依赖能力体系：位置能力、三纲五常五伦四维八德
 - e) 执行能力：问题预判、分解能力（上三楼）、结果能力，事善能、问题分解、哲学辩证
 - f) 通路能力：沟通谈判能力，听说问能力、谈判谋略能力
 - g) 服务能力体系：消费体验、行业专业能力、人性能力、角度能力、为他能力、敏儿有功
 - h) 信息能力体系：信息敏感度、信息获取、分析、应用能力
 - i) 借势能力：时势造英雄
 - j) 升级能力：PDCA 不贰过