

市场营销管理及高绩效业绩提升

课程简介：“企业的使命和任务必须转化成目标！”

目标制定过程就是销售完成的过程，推演十分重要！

本课程李临春老师结合自身十多年一线销售经验与多年集团总部管理经验，训练学员如何利用产品策略、渠道策略、价格策略、促销策略、品牌策略、人员策略来保证年度销售目标的高效达成。

课程目标：1、推演目标分解、策略选择、方法匹配的过程；

2、提高执行过程中的手段；

培训对象：大区经理等高级销售管理人员

培训课时：两天（12个课时）

培训大纲：

前 言

- 目标制定过程就是销售完成的过程，推演十分重要！
- 年度销售目标是流程化、制度化重要环节
- 年度目标要核控的指标
- 老板与高管的共识度越高，目标执行起来就越顺利
- 好的目标是用来执行的，一定要可行

第一篇 概要

- 壹、 目标管理的由来
- 贰、 目标管理的意义
- 参、 2017年销售情况回顾

第三篇 销售目标的制定与分解

一、 销售目标的设定及推演

- 目标任务：目标制定过程就是销售完成过程
对决策者：目标制定过程就是销售完成过程，策略要先于目标出台

- 目标制定程序：产品、价格、渠道、品牌、促销、人员、费用策略，资源配置

对管理者：一定要将目标分解到可执行的最小单位，你没有目标制定权，但要尽量将它分配的合理。

- 目标分解：将目标分解到最小单位

对执行者：一定要清楚我能完成多少，要我完成多少，差额怎么办？

- 目标分解流程及实施策略

- 工具介绍：

swot 分析、鱼骨图、树形图、甘特图、excel 表格等

二、渠道的开发 (重点推演)

1. 赢在布局：如何进行布局？
2. 难点：都懂“好经销商”的标准，为什么会有 80%以上的经销商不合格？
3. 流程：按照流程博弈，提高成功概率 37%
4. 谈判技巧：提高成功概率 55%
5. 签约注意事项

三、人员定编

- 定编体现销售效率
- 年收入激励框架
- 工资、奖金、年终奖、社保金的公式设计
- 差旅费核控额度

四、年度费用政策的制定和分解

- 广告策略及费用率
- 促销策略及费用率
- 商超及陈列费
- 售点导购及费用
- 促销品的选择与费用比率

伍、产品策略

- 新品策略

- 价差体系
- 利润测算
- 高开策略

六、 产供销流程的改造

- 产、供、销决定整体效益，是间接成本和效率的关键所在
- 产、供、销中存在的问题
- 控制节点的改造与管控

第三篇 经销商目标实施方案

一、 目标管理

- 目标实施的方法
- 目标实施的标准

二、 目标执行——人的作用

- 任务一定要到每一个定编的人员和经销商；
- 每个成员对目标任务的确认和承诺
- 每个成员的收入都应与业绩挂钩（计算公式）；
- 重视过程管理（巧用例会与通报管理技巧）
- 善用年度合同调整销售网络结构
- 费用核控技巧

参、 平衡产能和销售淡旺季

- “产能最大化的利用”是与同行业竞争的秘密武器
- 填平销售的低谷，你就赢了一半
- 将计划执行到底，赢在计划、赢在执行！

第四篇 目标管理

一、 目标管理的理论基础

二、 PDCA 循环管理法

三、 目标管理五要素

四、目标管理稽核体系

五、奖惩制度的建立与执行