

业绩提升价值链技术

课程背景：

随着商业竞争日益激烈，中小民营企业进入精细化、创新化经营竞争阶段，在这个阶段，围绕营销价值链的优化、重组、创新、整合来提升企业的业绩，提升企业整体价值，已成为一个关键！

如何建立业绩提升的营销闭环系统？如何透视企业的真实数据和事实？如何挖掘业绩提升的突破点？如何找到业绩提升的关键路径？透过“商业架构+教练”的方式去互动研讨，可以快速找到解决方案并落地实施行动计划！

业绩提升是一个整体系统，快速寻找突破点的核心：从竞争分析、客户分析、产品系统、营销方式、业绩结构、会员管理等方面系统扫描分析，找出关键策略并落地实施。

本课程适合重塑营销价值链系统，提升业绩的企业干部。基于业绩的价值公式和价值链的深入挖掘，提出改进的方案。

课程收益：

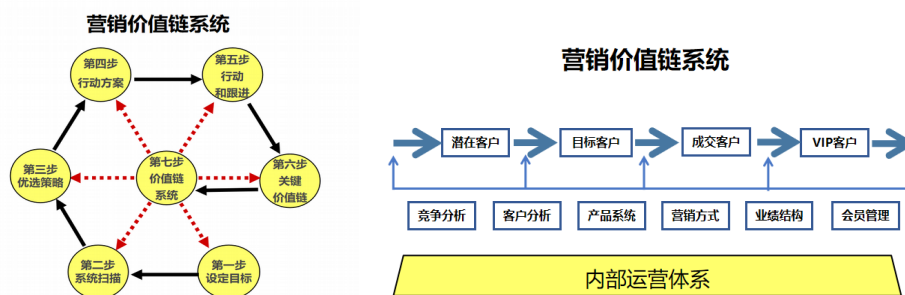
- 清晰目标，提升动力
- 找到业绩突破的策略
- 掌握分析营销策略的基本工具
- 掌握各种激发潜力思维的工具
- 掌握打开业绩提升成长空间的方向和思路

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：副总、销售主管、督导、店长、业务经理

课程方式：真实目标演练、案例解剖、分组研讨、体验式学习、制定行动方案

课程模型：



课程大纲

前言：行业发展现状

第一讲：营销业绩是否能持续增长？

一、现有业绩面面观

1. 业绩增长的困难

课堂研讨：业绩增长困难的原因是什么？

2. 业绩增长的空间

课堂研讨：业绩增长的空间在哪里？

二、影响员工绩效的研究成果

1. 绩效因素

课堂研讨：影响员工绩效的因素有哪些？

2. 绩效大师吉尔伯特的组织绩效模型

课堂练习：绩效因素测评

3. 如何才能提升业绩

课堂研讨：提高企业业绩的方向是什么？

第二讲：营销价值链系统

第一步：清晰目标

1. 探索目标

1) 什么是愿景目标、结果目标和行动目标？

2) 设定营销目标（SMART）及分解

3) 关于目标的深入思考（5W2H）

a 为何是这个目标？

b 还可以是什么目标？

c 谁对目标负责？

d 何时达成目标？是否分步骤？

e 怎样知道实现了目标？

f 实现目标的资源？

2. 判定目标实现的可能性

1) 清晰结果目标

工具：cup、月度业绩表

2) 目标誓言

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 1：营销业绩目标

第二步：看清现状

1. 竞争分析扫描（SWOT）

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 2：竞争策略

2. 客户分析扫描

1) 客户的区分

2) 核心客户的需求

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 3：客户策略

3. 产品系统扫描

1) 产品的组合

2) 产品结构优化

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 4：产品策略

4. 营销方式扫描

1) 营销公式

2) 五种客流来源

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 5：营销方式策略

5. 业绩结构扫描

- 1) 价值公式
- 2) 价值链

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 6：业绩突破策略

6. 会员管理扫描

- 1) 老客户管理
- 2) 老客户价值开发

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 7：会员管理策略

第三步：优选策略

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 8：优选策略

第四步：行动方案

1. 将第三和第四步的策略方法制定实施的行动方案(5W2H)
2. 培训行动方案，落实实施的准备工作

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 10：行动方案

第五步：行动及跟进

1. 行动
 2. 跟进
- 1) ABC 跟进法
 - 2) 内部教练团队

第六步：关键价值链

1. 业绩公式

- 1) 业绩如何计算？
- 2) 销售数据的结构是怎样的？
- 3) 客流来源渠道都有什么方式？比例如何？
- 4) 先看什么？再看什么？

2. 关键价值链：达成业绩成果的关键桥梁

- 1) 如何提炼价值链？
- 2) 基于价值链找到业绩提升突破点
- 3) 发掘突破性增长业绩的方法
- 4) 制定关键价值链？

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 9：关键价值链

第七步：营销价值链系统

1. 总结成功做法，提炼价值链

将行之有效的确认有效的行动结果

2. 确定新目标

业绩增长的更大空间在哪里？

总结