

## 《营销风险防范与处理》课程介绍

### 【课程背景】

市场上有句话“收益与风险并存”，风险越大收益越大，做好营销工作的同时必须做好风险管控。风险不能完成回避，只能降低，在收益和风险之间取得平衡。在中国社会信用体系正在建设的过程中，法治不那么完善的前提下，每个企业要有依法经营的思想，对来自市场的各类风险要有很强的敏感度，特别是营销人员，要有强烈的风险意识，懂得基本的法律常识，如合同、财务准则、税务规则等知识。在遇到市场风险时，懂得利用专业的方法去处理，把对企业造成的影响降到最低。

### 【课程收益】

- 了解营销涉及的法律风险
- 学习基本的法律知识
- 学会降低与客户谈判的风险的艺术
- 掌握签订一份合规的销售合同的要点
- 学会控制应收货款风险的方法
- 学会处理客户流失带来的风险

### 【培训对象】

企业营销管理人员、市场部、销售人员

### 【授课时长】

2天（每天6小时）

### 【课程大纲】

#### 一、法律风险

##### 1、提升法律意识

- 1.1 法律在营销工作的重要性
- 1.2 法律的基本常识
- 1.3 提升法律意识路径

##### 2、销售合同风险防范与处理

- 2.1 销售合同成立的基本要素
- 2.2 销售合同的主要风险点
- 2.3 如何签订一份合规的销售合同

#### 二、财务风险

##### 1、评估客户财务能力

1.1 客户财务评估

1.2 客户信用评估

## **2、降低财务风险策略**

2.1 签订货款结算协议

2.2 客户财务状况反馈机制

2.3 降低应收货款风险策略

## **三、交易条款谈判风险**

### **1、制定谈判策略**

1.1 明确谈判目的

1.2 试探对方底线

1.3 让步的艺术

### **2、处理客户异议**

2.1 免责异议产生的原因

2.2 异议处理的原则

2.3 异议处理方法

2.4 规避谈判陷阱

## **四、客户关系管理风险**

### **1、识别客户**

1.1 定义目标客户

1.2 客户能力评估

1.3 客户分类

### **2、客户关系管理**

2.1 客户满意度管理

2.2 降低客户流失风险