

卓越销售经理塑造与大客户销售技巧提升

第一章:营销的基本概念.

- 1.什么是营销？
- 2.营销理论的演变
- 3.营销五要素分析
- 4.营销管理的七个阶段
- 5.营销定位
- 6.企业生命周期

第二章:优秀营销管理人员的素质要求

- 1.目标感
- 2.专业度
- 3.亲和力
- 4.态度
- 5.执行力

第三章:营销人员的自我认知与提升

- 1.营销人员能力素质模型的建立
- 2.什么是素质模型？
- 3.营销人员能力素质模型
- 4.营销人员能力素质模型基本原理

营销人员的适应性分析测试

第四章:营销组织的设计

- 1.产品部模式
- 2.职能部型模式
- 3.结合型模式
- 4.为什么要建立三位一体的营销组织

第五章:如何制定营销工作计划

- 1.如何建立营销管理体系
- 2.目标的重要性
- 3.企业营销管理以什么为导向
- 4.营销目标分解体系的建立
- 5.如何自上而下的营销目标分解
- 6.营销目标方案的制定

第六章:大客户销售的特点及心理分析

- 1.营销的三种类型
- 2.什么是大客户顾问式营销
- 3.大客户营销的特点
- 4.大客户成交中的心理变化

第七章:大客户营销的十大步骤

- 1.销售准备
- 2.调整自己的情绪达到巅峰状态
- 3.开发与接触新客户
- 4.建立与客户的信赖感
- 5.找出客户的问题、需求与渴望

6.塑造产品价值

7.解除客户的反对意见

8.成交

9.要求转介绍

10.客户服务

第八章:大客户营销工具的演练

1.SPIN 调研方案四步法

2.营销路演方案的设计

3.黑手党营销提案