

营销模式的突破与创新

在顺风集团高速发展的大背景下，如何发挥集团优势，利用龙江的资源优势、面向未来，实现龙江生鲜产品、农林产品的销售增长，带动当地经济的发展，最终实现龙江公司业务的快速发展，是龙江分公司 18 年的重要工作。为此，如何开发龙江市场，设计针对当地市场特点的实效解决方案，是本次课程的重点：

课程收益：

- 一、 深度理解营销的概念，建立销售人员的营销意识。
- 二、 掌握挖掘与转化客户的需求。
- 三、 学习定位产品市场客户的方法。
- 四、 设计客户无法抗拒的营销模式。
- 五、 学习客户价值建议书的设计。

授课方式：

讲授、现场练习、小组讨论、案例分析。现场呈现结果。

参加人员：

公司主管销售的高层领导、市场策划人员、市场销售人员。

课程特点：

学习营销工具，全程互动，简单实用，呈现结果

课程内容：

营销模式的突破与创新

第一篇：营销概念篇

- 1、营销的认知与理解
- 2、谁是我们的客户？
- 3、我们对客户的认识存在哪些误区？
- 4、客户有什么样的需求？
- 5、如何认识并了解客户的不同需求？
- 6、客户的心理特点是什么？

第二篇：营销工具篇

一、SPIN工具的学习与设计

- 1、如何精定义我们的客户
- 2、如何了解客户的内在需求？
- 3、如何了解客户需求的紧迫度？
- 4、如何通过提问引导客户的需求？

二、营销模式画布的学习与设计

- 1、聚焦客户的痛点
- 2、精准定义目标客户
- 3、客户价值口号设计
- 4、解决方案的设计思路
- 5、客户沟通方式
- 6、模式成本分析
- 7、模式收入分析

8、如何考核关键业绩指标

9、如何区隔竞争对手

三、客户价值建议书的学习与设计

1、什么是客户价值

2、客户价值的呈现方式

3、如何设计客户价值建议书

第三篇：方案呈现篇

1、学员现场汇报本组的讨论与设计结果

2、公司主管领导点评

3、老师现场点评