



## 《营销致胜》——一线营销人员沙盘课程

美国 AC 版权认证课程

国际 ACI 注册沙盘讲师：魏滨

培训对象：一线销售人员

培训规模：36-42 人为宜

授课时间：2-3 天（12-18 小时）

### 认识沙盘：

沙盘模拟培训是一种极具实战色彩的体验式管理培训课程。是西方知名商学院借鉴军事沙盘推演，开发出的优秀高端教学模式。

军事沙盘推演是红、蓝两军借助形象直观的沙盘道具演绎各种战争要素，通过在战略、战术上的不断对抗与较量，达到检验和提高指挥员作战能力的目的。而沙盘模拟培训则是由参加学习的企业中、高层经理组成若干相互竞争的“公司”，围绕与培训主题相关的经营活动，进行模拟演练，达到共同提高的学习目的。

沙盘模拟演练课程是欧、美工商管理硕士的核心课程之一。欧、美、日等发达国家的众多大中型企业将其作为中高层经理的常设必修课程，目前，沙盘模拟培训已风靡全球，成为世界 500 强企业中高层管理人员经营管理能力提升的首选课程。

### 课程简介：

《营销致胜》——战略营销与策划沙盘模拟培训课程旨在通过运用现代沙盘教学方法，树立管理者的战略营销思想和战略竞争意识，切实提升管理者分析市场环境、把握市场机会、改进营销绩效、提升一线销售人员的营销能力。

模拟经营中，每个团队都要面对激烈动荡的市场竞争环境，制定适应性的营销战略，完成一系列的营销决策，在高强度的市场竞争中，模拟公司将遭遇各种各样的危机、约束、压力和挑战，参加培训的学员就是在经历模拟企业 2-3 年市场竞争的成功与失败过程中，领悟战略营销真谛，培养战略营销能力。每一年度竞争结束后，同学们通过对“公司”当年营销业绩的盘点与总结，反思营销成败，解析战略得失，梳理营销思路，暴露决策误区，并通过多次调整与改进的练习，切实提高战略营销决策水平。

### 培训意义和收获：

经过两天的学习，学员对战略营销与策划的认识更加全面和清晰。通过 3—4 轮持续的演练和调整，学员将获得企业战略营销决策的宝贵实践经验。

- 1、通过分析生动鲜活的模拟营销案例，认识营销战略选择与营销业绩之间的逻辑关系，反思现实企业营销战略安排的正确性。
- 2、借助模拟竞争，大大提高学员洞察市场、提升营销能力。
- 3、模拟复杂市场环境下竞争对手的市场攻势，培养销售人员市场应变能力和实战营销能力。
- 4、系统了解企业内部价值链的关系，认识到打破狭隘的部门分割，增强营销人员全

局意识的重要意义。

5、树立品牌营销观念，亲身体会忽视品牌建设的危害，从思想深处摒弃短视营销，构建长期品牌营销意识。

6、树立市场导向观念，学会真正从市场出发，改进本职工作效率。

### 课程大纲：

#### 一、沙盘推演过程

##### 第一模块（第一年）：

(1) 引言、营销经营管理决策模拟沙盘规则介绍、组建营销团队；

(2) 营销教学年业务模拟经营（讲师带领学员模拟操作第一轮沙盘）

(3) 模拟营销第一轮业务经营：感性经营时代

讲师点评：营销人员的自我性格分析与角色认知，积极销售心态导入、销售经营的本质、如何体现团队的最大价值，构建高效团队、团队角色分析……

##### 第二模块（第二年）：

模拟营销第二轮业务经营：理性经营时代

讲师点评：客户心态分析，痛点、痒点、兴奋点概念导入、客户沟通技巧解析，营销 4P 解析、产品市场细分……

##### 第三模块（第三年）：

模拟营销第三轮业务经营：科学经营时代

讲师点评：提前布局与逻辑性思维、大客户营销技巧、攻心销售技巧……

#### 二、主要授课理论及分享点

### 营销基础知识模块

#### 一、市场营销的含义，市场营销的核心概念

(一) 需要、欲望和需求

(二) 产品

(三) 价值、满意、质量

(四) 市场

市场三要素：购买能力、购买欲望、消费群体规模

(五) 市场营销者与潜在顾客

#### 营销 4P：

Product：我提供哪些产品给顾客？

Price：我定一个什么样的价格？

Place (Channel)：我如何将产品（服务）送达消费者？

Promotion(Communication)：我如何与消费者沟通，以影响和说服消费者？

整合营销的 4C(强调以消费者为中心)

Consumer needs：顾客需要什么产品？

Cost：顾客愿意支付什么费用？

Convenience：如何方便顾客购买？

Communication：如何与顾客沟通？

#### 关系营销 4R 体系

Relevance：建立与消费者沟通的渠道

Reaction：对消费者的需求做出及时反应

Relationship：与消费者建立长期的合作关系

Reward：从这种关系中获取利润

## 营销心态模块：营销自己

### 一、销售成功的80%来自心态

心态：销售人员的第一要素

◆什么是好的心态？

◆销售成功的秘诀

### 二、蛀蚀业绩的7大不良心态

(一) 恐惧

害怕拒绝，胆怯心理，使你变得平庸。

(二) 自卑

(三) 自满

(四) 忽略团队

(五) 抱怨

(六) 害怕竞争

(七) 拖延

### 三、积极心态打造超凡业绩

◆成功就在下一次

◆积极主动地为客户着想

### 四、自信是销售成功的第一秘诀

1、当客户骂完你后他已忘记，是你自己记得并用来摧残自己。

2、转换恐惧，打开销售成功之门。

◆成功者总认为他能获胜

◆你自信能够成功，成功的可能性就会大为增加。

◆坚信自己能够成功，是取得成功的绝对条件，坚信自己是胜利者，最后才能成为一个胜利者。

◆挖掘更多的可能性，任何事情都有三种以上的解决方法。

◆让自己的外表和言语充满自信

### 五、转变心态，激活自我

◆销售业绩地转变来源于心态的转变，遇到挫折的自我救赎。

◆把客户当成朋友

◆客户有利你才有利

◆完美的服务赢得完美的结果

◆学会赞美

◆学会感恩

### 六、培养属于自己的信念

### 七、勇于行动--销售业绩倍增的技巧

◆不行动的主要原因：

1、缺乏目标

世界上没有懒惰的人，只有缺乏目标的人

2、痛苦不深，失败不够

◆激发行动力的六大因素

1、逃离痛苦

2、追求快乐

1、我要得到什么样的结果？

2、达不到结果会有什么样的痛苦？

- 3、不行动有什么坏处？
  - 4、假如马上行动，有什么好处？
  - 5、制定期限，马上行动；
  - 6、将行动计划告诉你的家人、朋友和领导。
- ◆成功就是设定有意义的目标，并达成目标！（如何设定目标）
- 1、要具体、明确
  - 2、可以量化的
  - 3、具有挑战性的
  - 4、大小结合，长短结合
  - 5、要有完成时限
- 八、拥有不断成长的热情

### 客户心态分析模块

- 一、 数字好奇
  - ◆ 什么是数字好奇
  - ◆ 数字好奇的妙用
- 二、 成交安全
  - ◆ 什么是成交安全
  - ◆ 成交安全的三大问题
  - ◆ 成交安全的策略
  - ◆ 服从大众原理
  - ◆ 服从权威原理
- 三、 爱占便宜
  - ◆ 客户都爱占便宜？
  - ◆ 爱占便宜的妙用
- 四、 渴望尊重
  - ◆ 客户渴望被尊重！
  - ◆ 渴望尊重的妙用
- 五、 顾全形象
  - ◆ 什么是顾全形象
  - ◆ 顾全形象的妙用
- 六、 个人偏好
  - ◆ 个人偏好的说明
  - ◆ 个人偏好的妙用
  - ◆ 个人偏好的相似应用

### 销售技巧模块（销售 FAB 解析）

- 一、 FAB 是什么
- 二、 FAB 的使用
- 三、 FAB 的好处
  - ◆ 能让客户听懂产品介绍；
  - ◆ 给客户真实可靠的感觉。
  - ◆ 提高客户的购买欲望,使客户对产品有深入的认识-----快速成交

#### 四、FAB 的重要性

(不成交) 不会说---说一点点---再多说一点---说得全面---说得流畅---听的满意 (成交)

如何解决目前的难题？

我们的难题在于：不敢在客户面前说 FAB，害怕被客户说罗嗦，不敢确定客户的需求，甚至不知道客户的需求。

-----答案就是：**想尽办法找到客户的需求点！**

#### 五、如何寻找产品的 FAB

#### 六、产品 FAB 汇总

#### 七、FAB 前提——需求

#### 八、如何发掘客户的需求点？

-----望、问、答

望：----细心观察，充分联想

关注客户的穿衣风格：中性打扮、斯文装扮、休闲风格。

关注客户的神态特色：和蔼型、领导型、时尚型、爽快型。

-----尽快帮客户找到适合的产品，客户想要的特性。

#### 九、抓住说 FAB 的时机

#### 十、结论

1、检验 FAB 的恰当使用的标准：用最短的语言交流，让客户最快的时间买到了她最合适的产品，满意的离开。

2、**基本要求**：熟悉产品的所有的 F，了解对应的 A，以及它能满足的 B。----**时时练习**

3、**进一步要求**：满足具体的客户的 B，使用 FAB。-----**细心观察**

4、**最后要求**：用最简短恰当的 FAB，完成交易。-----**实践中进步**

### 销售激励模块（攻心销售）

前言：攻己之心、攻敌之心，知己之心，知彼之心，百销而不殆。

七心销售法，六个小心，一个大心。

#### 企图心

##### 1、什么是企图心？

企图心是想要？要还是一定要，一个要结果的人会立即采取行动！

怎么表达你的企图心，企图心一定要有，但一定要学会方法。

##### 2、相信自我能力之心

◆当顾客骂完你后他已忘记，是你自己记得并用来摧残自己。

◆主动接触顾客有危险还是不接触顾客有危险？

◆转换恐惧，打开销售成功之门。

##### 3、相信顾客相信自己之心

通过语言沟通让客户相信自己，只有沟通才能建立信任，说话和沟通的目的让受者采取行动，按照你的意愿去做。

如何与客户沟通：

问：与顾客沟通的关键

(1) 问简单的问题（顾客都是被自己所说服，找到他的核心价值观，用价值观撬动他。）

(2) 问二选一的问题。

(3) 问封闭式问题。(让顾客舒服大于对错。)

听：倾听的秘诀

倾听用纸和笔来完成。从容大于能力。

说：说话的技巧

(1) 给顾客明确的指令

成交的一切意义就在成交本身，顾客来到商场的最终目的是来听你介绍产品的，还是来购买产品的，他来听你介绍产品的目的也是为了最终购买产品。

(2) 不说太多废话。

(3) 引导顾客产生得不到的产品及由此产生的隐形痛苦，制造得到产品或服务后的享受或美好憧憬。

4、相信自己公司的产品之心

◆销售的第一个心态：交换心理。

◆相信产品之心的核心：重复成功案例。

◆顾客永远买结果，不是买过程和成分。

5、相信顾客现在就需要之心

◆化解顾客障碍：太贵了——代表顾客怀疑同类产品还有没有别的地方更便宜。你有见过比这便宜的吗？同一时期，你要买到比这便宜的，便宜多少返还多少。

◆质量！——代表顾客想要承诺（保证）。你有什么保证？——你要什么保证你才放心？——给他一个让他放心的保证，不论这个保证是什么。

◆服务！——代表顾客想知道能提供什么服务。你们都有什么服务？——你要什么特殊服务？——给他量身定做服务。

我们永远不能回答顾客所有问题，我们永远可以反问顾客问题。

6、相信顾客购买、使用产品之后对自己的感谢之心

为什么？要你相信顾客购买你的推荐的产品，反而要感谢你呢！因为你是站在顾客的角度，为顾客去考虑，帮助他实现了购买产品的愿望并得到了相对享受，顾客应该感谢你。你所获取的报酬是你所付出的等价交换。

最后一个心就是用心

什么是销售冠军？销售冠军就是 1% 的专业知识加上 99% 的进取责任心

以上各个模块内容，将依据学员在银行营销沙盘推演过程中触发的学员问题一一展开，培训内容包含并不局限于上述授课内容及知识点，重点依据学员情况，有的放矢，强调实用与落地。部分授课内容需客户提供部分可公开的资料来结合学员自身的工作状态展开培训。