

营销基础

授课时间：1—2 天

授课对象：营销相关人员

课程目标：

1. 了解营销的基本理念，提升营销工作的兴趣；
2. 掌握营销的基本流程，寻求本公司产品卖点；
3. 做好营销的规划工作，避免脚踩西瓜皮现象；
4. 强化目标、责任意识，逐步打造为营销精英。

课程纲要：

一、营销基本概念

1. 营销的演变
 - 1) 策略演变：生产、产品、推销、关系营销、社会营销
 - 2) 思维转变：把你想要的变成对方的需求
 2. 营销的三要素
 - 1) 整体营销、客户满意、客户导向
 3. 产品的两个通路
 - 1) 媒体通路、销售通路
 4. 满足需求、超越竞争
 - 1) 营销的出发点——超越竞争
 - 2) 营销的本质——满足需求
 5. 两个导向
 - 1) 竞争导向：
 - 1 多一点-----更全面满足客户需求
 - 2 快一点-----谁最先赢得客户信任
 - 3 好一点-----同样服务比谁做更好
 - 4 久一点-----比谁更持久保有客户
 - 2) 消费导向：
 - 1 研究客户需求
 - 2 关注变化趋势
 - 3 发现未知需求
 - 4 重视服务理念
 - 5 重视提高满意度
- ### 二、营销基本流程
1. 准备：不打无准备的仗
 - 1) 六项准备工作
 - 2) 寻找客户的六种方法
 - 3) 客户需求分析
 - 4) 挖掘客户的四个问题
 2. 识客：精准分析辨别客户
 - 1) 人们追求的感觉
 - 2) 四种人性客户分析
 - 3) 快速评判客户价值
 3. 推介：有效展示产品或服务
 - 1) 如何建立依赖感

- 2) 如何与竞争对手比较
- 3) 客户拜访六大技巧
- 4) 识别客户购买的三大信号
4. 博弈：消除顾客购买异议
 - 1) 两大忌讳
 - 2) 化解顾客购买障碍常用方法
 - 3) 常见异议处理方法
5. 达成：抓住时机速战速决
 - 1) 把握成交机会
 - 2) 成交注意事项
 - 3) 成交的八个策略
6. 投诉：是挑战更是机会
 - 1) 投诉者想得到什么
 - 2) 客户是如何流失的
 - 3) 投诉处理的意义
 - 4) 投诉处理基本步骤

三、营销能力提升

1. 营销人员ASK模型
 - 1) 知识：精通各项产品知识
 - 2) 技巧：正确的营销方法
 - 3) 态度：思维模式决定业绩
2. 营销人员四大类型
 - 1) 术语型、运气型、忽悠型、顾问型
3. 营销人员必备五大心态
 - 1) 积极
 - 2) 空杯
 - 3) 共赢
 - 4) 创业
 - 5) 感恩
4. 营销人员发展途径
 - 1) 迷茫阶段：独上西楼，望尽天涯路
 - 2) 成长阶段：为伊消得人憔悴
 - 3) 成熟阶段：蓦然回首，那人却在灯火阑珊处
5. 市场开拓与客户管理
 - 1) 客户对服务的观点
 - 2) 客户的满意度
 - 3) 客户关系的建立和维护
 - 4) 客户关系发展模型
 - 5) 真正的销售始于售后

注：上述课程大纲为通用版，实际课程会根据客户需求、学员状况、行业特点、授课时长等确定具体课程内容。