

营销资源整合与跨部门团队协作

课程介绍

课程大纲

教学时长：2天

- 1、案例分析：路易斯·郭士纳在IBM的资源整合变革
- 2、大型企业的内部营销和资源整合问题概述
- 3、华为的内部营销与资源整合
 - 1) 各个时期华为营销团队的阵型变化与团队管理
 - A. 阶段一：“狼-狈”小组
 - B. 阶段二：“铁三角”小分队
 - C. 阶段三：地区总部的“重装旅”团队
 - D. 阶段四：华为与客户的联合创新团队
 - E. 华为主要竞争对手的团队阵型优劣势对比分析
 - 2) 华为内部的团队沟通和跨部门资源整合特点
- 4、案例分析：Sun公司的Design Win团队整合
- 5、内部营销和资源整合的大局观
 - 1) 公司的战略愿景、阶段性目标和资源配置情况
 - 2) 各部门的愿景和阶段性目标
 - 3) 内部关键人的愿景、目标和痛点
 - 4) 我的近、中、远期目标
- 6、资源整合情报库建设
- 7、内部营销和资源整合的基本工作
 - 1) “寻”合作机会
 - 2) “定”工作界面
 - 3) “建”沟通渠道
 - 4) “顺”工作流程
 - 5) 未来中海油的内部团队阵型展望和建议
- 8、跨部门沟通的基本策略
 - 1) 跨部门沟通的常见误区
 - 2) 跨部门沟通准备：兵马未动，粮草先行
 - 3) 跨部门沟通成功的原理分析
- 9、跨部门沟通基本技能
 - 1) 视频：在逆境中整合重量级资源
 - 2) 个人品牌形象在沟通中的作用
 - 3) 基于换位思考的两个沟通策略：黄金原则与白金原则
 - 4) 让对方感觉舒适的沟通姿态和表达
 - 5) 跨部门沟通基本技能
 - A. 离开网络和电话，和对端同事真诚地面对面
 - B. 职业化的邮件沟通：化繁为简，提高效率
演练：复杂情况下的工作求助邮件撰写

- C. 职业化的电话沟通：我听得见你的微笑和关心
 演练：远程跨部门伙伴协作关系建设
- D. 如何睿智地向后方传递前线压力
- E. 如何协调部门之间的冲突
- F. 当自己卷入矛盾冲突时的沟通应对策略

10、面对管理高层的沟通实践

- 1) 正确认识高层管理者
- 2) 高层管理者在项目成功中的作用分析
- 3) 如何与跨部门高层人士沟通
 - A. 与本部门管理层保持协同
 - B. 熟悉基本情报：外部市场、我方资源、当前项目
 - C. 独立思考、思路清晰
 - D. 构建多部门利益共赢的愿景
 - E. 包装自己，包装项目
 演练：内部宣传和“营销”自己的项目
 - F. 捕获与对端高层沟通的机会
 - G. 高层沟通策略：思考问题的四个层次

11、跨部门团队协同实战演练与真实项目辅导

- 1) 研讨：我们需要认识和团结的对象
- 2) 有效团结对方的基本原理和方法
- 3) 课堂演练（第一轮）：内部合作谈判
- 4) 内部谈判的步骤（工具）
- 5) 课堂演练（第二轮）：在复杂情况下的内部合作谈判
- 6) 海油内部真实团队整合项目辅导