
《执行王道-促销执行实战解析》

一、需求解读：

2017年新常态市场环境下，随着竞争的日益激烈，促销活动频繁，消费者对促销活动逐渐免疫。为了进一步提升促销活动效果，需要对终端人员进行一轮系统性的培训，从而为各品牌在2017年终端市场占据更大市场份额奠定坚实的基础。

二、培训目标：

1. 创新思想：转变促销的常规思维，收获系统促销的核心思想。
2. 关键技术：从盲目到清晰，收获一套行之有效的系统促销方法。
3. 实战工具：收获一套一学就会，拿回去就能落地的实战工具。

三、培训对象：经销商老板、门店店长/导购

四、培训时长：一天(6小时)

五、授课方式：互动讲解、模拟演练、答疑交流等

六、课程核心内容设置：

模块一：行业促销乱象及思考

行业促销泛滥，三天一小促，五天一大促，周周有特价，月月有爆破，促销已经让消费者到了麻木甚至厌恶的地步，促销是否还有前途？

1. 行业促销现状分析
2. 促销的发展趋势

模块二：系统促销才是根本

促销手法大同小异，靠一个点子成功的促销时代已经早就过去，消费者对各种促销方式见惯不怪，为什么同样的促销主题和形式，结果却天壤之别，核心在于系统。

1. 系统促销的定义
2. 促销的三个方面的含义(消费者促销、渠道促销和内部员工促销)
3. 门店促销的金字塔5级模型(产品、政策、推广、激励和执行)

模块三：系统促销九部曲

1. 精心策划方案，规划整体工作进度
 - 1) 促销方案、现场方案、推广方案、激励方案、工作推进表
 - 2) 常用促销活动的18种形式讲解
 2. 活动场地搭建，氛围物料制作和布置
 - 1) 物料布置的931距离原则、颜色原则、重复原则和图像原则
 - 2) 常用促销物料案例展示
 3. 产品规划
促销活动中产品的结构层次(狙击类产品、畅销类产品、利润型产品、形象类产品)
 4. 制定销售任务、激励方案
 - 1) 制定任务的原则(分阶段任务制定)：三段任务法和两段任务法
 - 2) 制定激励的原则
 - 3) 活动中常用的激励方式
 5. 立体化推广，渠道预热
-

-
- 1)短信(微信)电话主动营销
 - 2)微信推广
 6. 活动人员的招募、培训和管理
 - 1)临促的招聘和培训
 - 2)临促的管理和考核
 7. 启动会、战前动员大会和阶段性总结
 - 1)各种会议的意义和目的
 - 2)各种会议的流程分享
 8. 现场执行和氛围营造
 - 1)现场人员分工说明
 - 2)氛围营造的有效方法(抽奖、手机秒杀等)
 9. 活动总结
 - 1)总结大会的流程
 - 2)活动后的推广注意事项
-