

精准定位，高效运营

大客户销售项目运作与营销管理方法论

【课程背景】

《孙子兵法》云：兵者，国之大事，死生之地，存亡之道，不可不察也。对于现代企业来说，谁是公司的兵呢？就是销售！公司的销售能力，也是公司市场竞争力的直接体现，并关系到企业的生死存亡。可是，很多公司的销售，还依赖于高层的事必躬亲和老板的亲力亲为，缺少有战斗力的营销队伍和体系。近几年，随着华为走入大众视野，华为公司的营销能力也得到更多企业界的认可。实际上，早在十年之前，华为就凭借着其在运营商领域的卓越成就，跻身世界五百强并成为通信领域的全球第一。更让人称赞的是，华为公司的营销体系历来由前方驱动后方，由销售驱动公司，成为公司发展的驱动力。那么，华为公司的营销体系建设与销售管理方法有哪些值得学习和借鉴的地方？这将是本次培训的主要内容。

【课程收益】

- 1、学习目标导向的市场营销方法论
- 2、学习销售项目的运作与管理方法
- 3、学习营销体系规划与组织架构设置
- 4、学习全流程的营销管理方法论
- 5、促进营销效率与组织效率提升

【授课时长】 一天

【授课对象】 公司董事长、总经理、销售副总、销售总监等管理层

【课程特色】 理论与实战相结合；方法与案例相结合；可操作性强

【课程大纲】

第一节：市场营销方法论

1、目标导向的营销工作

- 销售逻辑与营销目的
- 销售模式与营销重点
- 2B模式的营销定位与职能

2、目标导向的品牌工作

- 品牌工作的针对性策略
- 品牌工作四步曲
- 品牌的策划与包装
- 品牌的宣传与推广

- 品牌营销活动

3、市场规划方法论

- 市场规划的 PEST 方法与工具
- 机会点分析的四个维度
- 案例：华为的弯道超车

4、支撑销售的市场工作

- 产品卖点分析
- 发掘销售线索
- 客户导向的营销工作

第二节：销售项目运作与管理

1、大客户需求分析与挖掘

- 客户需求与大客户需求分类
- 客户需求挖掘与 SPIN 沟通
 - SPIN 沟通技巧与举例
 - SPIN 沟通注意事项
- 机会点分析的四个维度

2、客户关系与销售项目运作

- 个人客户关系管理
- 组织客户关系管理
- 项目分析与销售项目运作
 - 客户关系分析与管理
 - SWOT 分析与项目策略制定
 - 销售运作策略实施

3、销售项目与团队协同管理

- 销售项目的组织保障
- 常见的项目组织形式
- 项目任务分解与计划制定
- 工作计划监督与调整
- 项目组的管理与运作关键

第三节：营销体系规划与管理架构

1、以客户为中心的营销体系规划

- 销售成交因素分析
- 大客户销售模型
- 营销体系规划

2、营销体系组织架构与分工

- 华为营销体系组织架构
- 矩阵式组织架构
- 营销定位与组织分工
- 华为的组织创新

3、跨部门协同与项目管理机制

- 项目的定义与内涵
- 项目管理的不同阶段
- 项目组织架构与项目管理
- 项目管理的应用与案例

4、组织文化与组织绩效管理

- 以客户为中心的文化与实现
- 绩效管理中的文化导向

第四节：营销管理方法论

1、LTC 流程与营销漏斗模型

- 客户采购流程
- LTC 流程管理

2、从线索到回款的管理流程

- 项目线索分类与管理
- 销售机会点评估与管理
 - 机会点评估的多个维度
 - 项目立项与分级管理
- 项目引导与解决方案管理
- 商务报价与授权管理

3、预警管理与流程优化

- 项目的分级与预警管理
- 不同级别的项目组
- 项目漏斗与流程优化

4、战略导向的市场管理

- 市场拓展的四个阶段
- 不同阶段的目标与绩效指标分解