

营销团队建设的四力修炼

——卓越经理人的养成之道

李 李

【课程背景】

世界管理大师彼得·德鲁克认为，企业存在的唯一目的就是创造客户，企业有且只有两项基本职能，就是营销和创新。可见，营销是企业经营与发展的一条主线。众所周知，营销的关键在“部”，部的关键在“长”，唯有此才能真正打造一支强大的营销团队。本课程重点针对营销团队的领头人，通过自驱力、执行力、共情力、演说力的“四力修炼”，培养卓越的营销经理人，真正强化每一个营销“单元”的作战能力，创造卓越的营销绩效，实现企业的长远可持续发展。

【课程收益】

- ◇ 掌握营销团队的核心要义
- ◇ 提升营销团队的自驱能力
- ◇ 提升营销团队的执行能力
- ◇ 提升团队经理的共情能力
- ◇ 提升团队经理的演说能力
- ◇ 互动与模拟强化实战效果

【课程特色】

体系化，针对性，实战型，接地气。

【课程对象】

营销团队长及继任者。

【课程时间】

6 小时

【课程大纲】

一、营销团队建设的核心要义？

1、大师眼中的营销观

- 德鲁克的营销观
- 科特勒的营销观

2、古典名著的启发

- 视频：三顾茅庐
- 三国：刘备的“人和”
- 水浒：宋江的“公明”
- 互动：团队的核心在哪里

3、营销团队建设的根本

- 为什么称为 CEO

- 互动：怎么理解团队二字
- 关键在“部”和关键在“长”

4、营销团队建设的四力修炼

- 自驱力：自我赋能
- 执行力：释放高能
- 共情力：立体聚能
- 演说力：全面显能

二、如何修炼“自驱力”？

1、唯有“自驱”才能“驱他”

- 视频：士兵突击袁朗射击

2、测试：自驱力评价

- 自我量化评价
- 典型分享与交流
- 案例：我是如何成功转岗的

3、提升“自驱力”的五化路径

- 研讨一：如何提升自我的“自驱力”
- 研讨二：如何提升团队的“自驱力”
- 五化：理想化，专注化，成就化，习惯化，榜样化

三、如何修炼“执行力”？

1、三个导向与三个抓手

- 视频：韦小宝为什么有执行力
- 收入导向：上下同欲
- 指标导向：聚焦要点
- 过程导向：以终为始

2、收入导向

- 互动：目标导向、收入导向的联系和区别
- 分析：团队长及团队成员目前的收入现状
- 案例：收入导向的四个满足
- 研讨：如何将收入导向作为营销活动的起点

3、指标导向

- 透过现象看本质
- 透过指标抓管理
- 营销管理的四重境界
- 指标导向的3-3-3法则
- 互动：结果指标、能力指标、品质指标。
- 方法运用：五个为什么

4、过程导向

- 一个药方难治百病：问题培训化，培训激励化
- 全员“疲软”的问题根本不在队伍
- 全员“爆发”的动力根本不在队伍
- 2-6-2原则：前20%不费力，后20%白费
- 抓“过程”就是抓“促成”（非指标）
- 抓“促成”就是抓“个体”（非整体）
- 形式主义的过程管理：早会无所感，夕会无所得，培训无所获，辅导无所用

- 工具一：过程管理树形图
- 案例：车险报价的悬殊，年金保险的深坑，学习摄影的第一本书
- 工具二：过程管理四方式
- 行动学习法模拟：会诊会

四、如何修炼“共情力”？

1、理解共情力

- 内涵范畴
- 和羹之美

2、与自我共情

- 故事：价值百万的火柴
- 案例：蓝色忧郁
- 视频：刘备张飞的复仇悲剧

3、与组织共情

- 互动：熟悉自己所服务的组织
- 组织的成立时间、客户总数、官网地址、公众号、微博号、客服电话
- 组织的愿景、使命、核心价值观、发展理念、董事长、总裁
- 组织的战略目标、年度目标
- 组织的重要口号（如文化方面）

4、与客户共情

- 故事：兄弟买沙发
- 案例：无条件以旧换新，退款但不必退货
- 客户的忠诚源于超预期

5、与战友共情

- 故事：领导一拍桌家里死只猫
- 要求，支持，共生
- 财富，精神，境界

6、与领导共情

- 上下同一者胜
- 互动：请写出领导对你的期望（三条）

五、如何修炼“演说力”？

1、演说力的重要性

- 视频案例
- 互动：营销管理中的演说场合

2、出彩的即兴演说

- 分享：学习体会
- 互评：长处与不足
- 示范：零秒案例
- 运用：三点法训练

3、从容准备三字经

- 慢、大、写
- 四种境界：新手、高手、宗师、上神

4、如何做典范分享

- 主题三要
- 开场七式

- 中腹架构
- 亮尾六式

5、演说实战训练：营销团队建设行动方案

六、课程回顾