

《5F 营销工业化特训营》

方案建议书

提交单位：

提交人：

提交时间：2019年 月 日

电 话：

手 机：

传 真：

公司地址：

本资料是根据贵公司所提供的初步培训需求而拟定的，仅作为初步沟通之用，在提出最终培训建议方案前会经过实际沟通及评估修正后，经双方同意才付诸执行。

我公司拥有对本资料、教材及相关资料的所有权及版权，未经同意请勿摄像、录音及复印等以任何形式进行复制及流传。

培训课程大纲

课前：团队建设

课程内容：

1. 团队分组，纪律宣布，队长选拔
2. 小组目标制定分解并策略制定
3. 团队活动互动

价值点：

1. 塑造学习分组 PK 意识，通过 PK 竞争增强学习动力
2. 强化学习结果，做到目标的千斤重担人人挑，人人头上有指标
3. 通过团队训练和活动，增强小组凝聚力，并实现队长指挥能力的初步塑造，最终实现小组内部动作、声音、思想的初步统一

一、什么是营销工业化

课程内容：

- 一、什么是工业化
- 二、宝洁公司持续的奥秘是什么
- 三、什么是营销工业化
- 四、营销工业化靠什么实现
找对人—建机制—给工具—做训练
- 五、工业化的核心
 - 用团队取代对能人的依赖
 - 用培训取代对说教的依赖
 - 用训练取代对状态的依赖
 - 用计划取代对感觉的依赖
 - 用流程取代对经验的依赖
 - 用工具取代对天赋的依赖²
 - 用机制取代对责任的依赖

一、事前 F1：接触 Face to face

课程内容：

- 一、降低交易成本的关键——接触！（售前）
 1. 海底捞如何设计精细化“接触点”
 2. 如何增加直接与间接接触？
 3. 如何将接触流程化,专业化,制度化
- 二、营销的前提——客户细分
 1. 为什么进行客户细分
 2. 客户细分的六个问题
 3. 案例分析：宝洁公司、华为手机、万科的客户细分
 4. 客户细分操作表实操
- 三、事前接触的准备：身体、精神、专业、客户
- 四、事前接触的心态
 1. 大人心态、美女心态、强者心态、老人心态
 2. 客户异议如何用四人心态模式落地

三、惠中 F2：投资 future driver

课程内容：

- 一、客户购买的什么——销售的本质
 1. 客户购买的是解决方案
 2. 如何为客户提供解决方案
- 二、让客户把消费变成投资
 1. 共生共赢销售的出路——投资
 2. 找到投资的入口——需求
 3. 分析客户未来——引导投资意识
 4. 实操落地：顾问式营销的掏心四问
 - 挖痛的四个步骤
 - 开发需求的四个步骤

➤ 攻心四问案例分析

三、如何实现临门一脚：促单的降龙十八掌

1. 亢龙有悔—直接成交法
2. 飞龙在天—假设成交法
3. 见龙在天—选择成交法
4. 鸿渐于陆—机会成交法
5.

四、成交的注意事项

四. 事后 F3：感恩/回馈 Feedback

课程内容：

- 一、为什么要感恩/回馈
- 二、如何提升客户忠诚度
- 三、九段销售员如何增加客户满意度
- 四、感恩回馈机制化

五. 团队 F4：分享/共享 Favourite

课程内容：

- 一、共享：工具，话术，方法，流程
分享：感悟，感受，经验，主意
- 二、如何打造开放分享，实现几何倍增长？
- 三、如何召开分享会

六. 个人 F5：一定要成功 Forced to success

课程内容：

强迫员工成长与进化

一、建立成功的文化

- 个人信念系统
- 团队信念系统
- 行业信念系统

二、建立成长的机制

三、如何将文化机制化

- 允许犯错，但强调总结
- 持续制造危机
- 足够的推崇与刺激
- 比赛、对抗 PK
- 寻找敌人，敌人工具
- 设计奖励机制