

《赢战商海》

——营销战略类情景沙盘模拟课程

【课程思路】

市场营销是企业经营管理的核心命脉，是企业实现利润、保证现金流的关键一环。“除了市场营销，其他都是成本”。尤其是在以互联网金融为代表的新的营销模式层出不穷的情况下，营销人员更需要以战略眼光和市场营销等角度去看待销售问题。

如何让营销人员具备战略意识和营销思维，如何用更少的投入使企业的产品在市场营销竞争中胜出，如何提高营销人员的销售实战技巧与能力，这是《西洋舰队》情景沙盘模拟课程着重去解决的问题。

【课程背景】

2030年，全球对一种特殊的电子产品，体现出大量需求，多家制造公司彼此竞争要成为最卓越的公司。每家公司都只能从原材料市场上购买到2种原材料，他们只有从其他厂商那里购得原材料，然后生产制作电子产品，在变动的市场上销售。因此，观察市场需求，抓准商机，运用灵活的策略来加速产品的生产量，增加销售利润，赢战商海！

你的对手是其他公司，是变化的市场。大家都在努力创造营收，在十个周期结束，成为雄霸市场的头部公司。为了满足这个目标，你一定知道自己该做什么！所以行动起来吧，把握市场的趋势、制定战略目标和实现途径，满足客户的需求，扩大企业的市场份额，创造更多的财富！

生存！赢利！让我们一起赢战商海！

【课程收益】

- 1、**营销战略能力提升。**通过企业营销战略的学习和体验，增强企业全体营销人员的协同作战能力。
- 2、**市场销售能力提升。**通过销售策略分析寻找到提升收入的落地方案，从而提升营销人员的销售能力和信心。
- 3、**战略制定能力提升。**战略，是一种从全局考虑谋划实现全局目标的规划，我们不仅仅思考一年的业绩，而是未来十年。
- 4、**顾问销售能力提升。**通过深入分析客户需求，发现客户真实需求，并通过有效的顾问式和战略式销售策略来提升业绩。
- 5、**团队管理能力。**通过资源管理、统筹经营，发挥团队优势，各尽其能，发挥团队成员的潜能，实现最佳成果。没有完美的个人，但一定有完美的团队。

【课程情况】

课程形式：模拟经营（沙盘推演，市场模拟，小组讨论，讲师复盘与讲解）

课程对象：营销副总、市场经理、销售经理、采购经理、客户经理等

课程容量：50人以内

课程时间：1天（6小时）

【课程大纲】

第一天 (六小时)

第一讲 如何建设高效能团队 30'

一、什么是高效能团队

- 1.什么是高效能？
- 2.什么是 TEAM？你的团队属于哪一种？

二、高效能团队的九大特征

第二讲 用沙盘模拟赢战商海——高效能团队绩效 666

1	创建团队与文化展示	互动演练	15'	塑造并展现团队的精神风貌
2	沙盘情景与规则讲解	情景介绍	30'	《赢战商海》项目规则讲解
3	实施演练与问题发掘	情景互动	180'	课程情景训练以及情景实施
4	小组回与顾反思总结	情景互动	20'	情景训练---团队内反思检讨
5	团队分享与教练点评	点评分享	40'	针对现状剖析问题引导解决
6	经验提取与项目总结	互动讲授	40'	根据课程表现反思现实工作

分成 5-6 个小组，每组成员有各自分工，模拟 10 个周期的经营。每个经营周期都需要根据市场和客户需求，进行采购谈判、销售推进等环节。

情景模拟沙盘体验：《赢战商海》

课程探讨：

- 00.什么使我们的团队与众不同？
- 01.每个人是否都知道活动的目的？
- 02.团队是否有清晰的，共同认可的目标？
- 03.每个人是否都参与了计划的制定？
- 04.每个人是否都知道他/她的角色？
- 05.每个人都明白他/她的任务对于团队目标的重要性？
- 06.个人力量与特定的需求相匹配吗？
- 07.我们始终关注着大方向/目标了吗？
- 08.信息在我们设定目标中扮演着关键角色。
- 09.我们的目标让我们挑战卓越了吗？
- 10.我们是否把大目标分成若干个小目标。
- 11.我们在每个小目标中是否都有个人归属感。

- 12.我们花时间教团队中的其他人，为了让他们能贡献更多。
- 13.我们清楚但友善地拒绝任何非产出的行为。
- 14.我们时常相互鼓励，追寻目标。
- 15.当市场改变时，我们很灵活变通。
- 16.我们的计划与行动能映射我们的目标。
- 17.成就团队目标比自我更重要。
- 18.我们通过规律性的反馈来衡量进步。
- 19.我们的团队成就感大于个人。
- 20.我们有效地解决冲突。
- 21.人生要勇于尝试
- 22.要提高营销能力，可以事先做好计划并且计划周密

第二天 (三小时)

(一) 什么是销售？如何看待销售工作？

- 1、客户买的是什么？我们卖的是什么？
- 2、互联网时代客户的选择有哪些？
- 3、客户的根本需求是追求高价值和低成本。
- 4、思考：如何能使客户用更高的价格与你成交？
- 5、销售的话术——客户的利益所在。
- 6、销售的流程分析及模拟训练。

(二) 客户购买行为分析

◆消费者客户购买行为模式与应用

- 1、确认需求 2、搜索信息 3、评估方案 4、购买决策 5、购后行为

◆组织客户购买行为模式与应用

- 1、确认问题 2、需求描述 3、产品说明 4、寻找供应商
- 5、征询方案 6、选择供应商 7、订货程序 8、评价业绩

(三) 销售谈判能力提升

- 1、双赢谈判的理想结果是客户愿意持续与你合作，因为他感觉他赢了。
- 2、双赢谈判原则分析。
- 3、开局策略：如何获得一个好的谈判起点？
- 4、中场策略：如何巧妙化解客户的各种疑惑？
- 5、终局策略：如何迅速使客户下定决心成交？
- 6、谈判压力应对策略：销售过程中增强自信心的关键。

(四) 顾问式+战略式销售策略

- 1、战略
 - 1) 从全局考虑谋划实现全局目标的规划

- 2) 战略与战术的区别
 - 3) 著名商业战略案例
- 2、顾问式销售策略——客户需求分析
- 1) 企业的本质：战略式销售策略。案例分析
 - 2) 四种客户使用策略现场讨论和分享。
 - 3) SPIN 销售提问技巧分析与应用。
 - ◆情景式问题：收集客户当前信息。
 - ◆探究性问题：挖掘客户痛点和隐藏需求。
 - ◆暗示性问题：放大问题，让客户有解决的冲动。
 - ◆解决性问题：给予客户耳目一新的解决方法。