

基于营销业务流程优化

主讲：王哲光

课程背景

市场营销工作必须主动迎变，不断加强市场调研、提升服务质量、线上线下营销齐抓，才能让整体业务保持平稳发展态势。没有对业务流程的持续优化，营销工作无法取得突破性的成绩，必须强化顶层设计，持续完善市场营销的工作标准、行业规范，结合自身业务特点优化营销业务模式，丰富营销方式，理顺营销业务管理机制，不断开发新市场，才能在激烈的市场竞争中保持头部企业的领先优势。

没有一个高效而有力的市场营销业务流程管理体系，再好的产品也无法得到客户的青睐，营销策略无法执行，也无法对营销过程和结果做到有效掌控，本课程提炼营销业务流程管理的精髓，帮助学员掌握市场营销业务流程设计与优化的相关理论，用大量的案例与实操演练体验如何实现营销业务流程优化，在工作中能进行卓有成效的营销管理，带领团队取得突破性业绩，成为企业亟需的营销管理精英。

课程目标

- 掌握市场营销业务流程的设计与管理体的构建方法，从流程诊断的角度进行营销业务流程优化；
- 了解市场分析与客户信息管理的基本方法，洞悉客户心理，围绕客户需求展开深度营销；
- 提升学员收集、整理、分析、使用市场信息的能力，对目标客户做出细分管理；
- 根据客户全生命周期的不同阶段，针对性实施客户管理，提升客户满意度；
- 认清你的目标客户和目标服务，透析服务的特征，全面认识客户服务作业系统；
- 使学员掌握让客户满意的服务机制和提高客户满意度的具体管理方法；
- 熟悉营销业务流程管理方法和关键节点控制技巧，对标卓越的销售团队业务管理方式，带领销售团队达成突破性业绩目标。

授课对象

市场营销部门管理者

培训用时

1天（每天6小时）

授课方式

通过“讲授—演练—分享—点评—感悟—突破”训练法，30%知识点分享+30%案例研讨+30%演练互动和视频赏析+10%总结、点评、纠偏，使学员在完成一个个任务中体验和成长，改变心智模式，从效能迈向卓越，成为带领团队实现业绩突破的管理高手。

课程大纲

一、营销业务流程的顶层设计

1、营销业务流程管理的内涵和原则

- 1) 什么是流程管理
- 2) 营销业务出现哪些问题时需要流程管理
- 3) 流程管理意味变革——企业推行流程管理的六大条件
企业文化、流程化意识、基础数据、流程检视、规范制度、信息系统
- 4) 基于营销以客户为中心的流程管理

2、流程管理模式与方法

- 1) 流程管理的内容
核心流程、管理流程、支持流程
- 2) 流程管理三阶段
流程梳理、流程优化、流程再造
- 3) 流程管理工具箱
8020 法则、柏拉图、鱼骨图、麦肯锡逻辑树、
流程排序、对标法、5W2H、WBS、ECRS

3、基于营销的关键流程优化

- 1) 市场调研与分析流程优化
- 2) 营销策划与推广流程优化
- 3) 销售业务管理流程优化
- 4) 客户服务管理流程优化，
演练：营销业务流程设计

二、市场分析与营销策划流程优化

1、客户细分信息管理流程优化

- 1) 标准客户画像
- 2) 客户全生命周期管理
- 3) 需要收集哪些客户资料
- 3) 找对关键人——干系人分析
- 4) 绘制干系人图谱
演练：客户决策干系人分析

2、营销策略与策划

- 1) 经典的营销组合 4P
产品 (Product) 价格 (Price)、地点 (Place)、推广 (Promotion)
- 2) 拉近客户距离的 4C
客户 (Customer)、成本 (Cost)、便利 (Convenience)、沟通 (Communication)

- 3) 产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略

案例研讨：营销该怎么做

3、营销推广方式

- 1) 高层互动推广、典型项目包装、目标客户路演推广、邀约考察、联合推广
- 2) 展会、博览会、论坛、行业峰会、培训会、创新技术发布
- 3) 媒体广告、网络推广、软文、行业期刊、冠名赞助、事件营销、公益营销

三、销售业务管理流程优化

1、专业化的销售管理方式

- 1) 销售活动可以被管理，结果不能被管理
- 2) 多做≠更多、更好的销售流程=更优的销售绩效
- 3) 破解销售管理的密码
业务结果指标、销售管控指标、销售活动指标、能力发展指标
区域管理、客户管理、机会管理、拜访管理、销售支撑

2、专业的销售流程

- 1) 做个好顾问
- 2) 需要和需求，交易还是顾问
- 3) 以客户需求为中心的销售流程——卓越销售九连环
销售准备—客户开发—拜访接洽—建立信任—
专业呈现—排除异议—缔结成交—服务跟进—客户管理

案例研讨：业绩为什么上不去

3、销售漏斗与销售目标制订

- 1) 销售漏斗与销售机会的关系
- 2) 目标拆分、目标定义、完成要素、达成标准
- 3) 绩效目标、项目目标、能力开发目标
- 4) 层级分解目标、绩效考核指标、过程控制目标、时间分解目标
- 5) 保底目标、争取目标、挑战目标

四、客户服务管理流程优化

1、现代企业终极竞争的领域——服务

- 1) 服务和服务的特性
- 2) 服务感受矩阵与优质客户服务
- 3) 优质客户服务对员工个人的好处
- 4) 客户满意度模型

2、打造服务品牌——如何形成服务个性

- 1) 服务理念差异个性
- 2) 服务承诺贴切真实
- 3) 项目设计需求导向
- 4) 流程设计客户为尊
- 5) 标准设计专业规范

演练：个性化服务设计

3、提高客户满意度的流程优化

- 1) 客户投诉处理的原则
- 2) 客户投诉接待服务原则

3) 有效处理客户投诉的步骤

4) 完美服务弥补六步曲

职业习惯造就卓越人生