

全员营销

主讲：王哲光

课程背景

营销工作要求企业必须以客户需求为中心，倾听顾客的心声，建立和推进客户关系，设计和传递优质服务和产品，切实履行服务承诺，并能在出现服务瑕疵的时候提供正确的服务补救，这就对企业提出了更高的要求，单纯依靠营销部门的努力很难做到这些，必须建立全员营销系统，打造服务支撑平台，整合内外部的资源才能提升客户的体验，进而获得客户的认同，为企业带来丰厚的回报。如果非营销部门的人员不具备营销意识，显然要实现这样的目标是一件不可能的任务，今天的顾客已不能忍受不称职的销售和服务人员，客户有更多的需要和面临更多的选择。客户希望企业的员工有深度的理解力和热情，能帮助他们解决问题，并且是有效和可信赖的。本课程将为企业全员带来营销理念上的突破，清晰自己在营销过程中的角色和作用，帮助企业拥有更多与客户谈判的筹码，提升企业的市场竞争力。

课程目标

- 掌握全员营销的理念和原则，清晰营销流程和营销内容；
- 了解作为企业的一员应该知晓的产品、服务知识，深刻体会本企业能带给客户的价值，懂得每个人都是营销员的道理；
- 提升全员职业素质和责任心，做好本职工作的同时有效配合其他部门提高客户的满意度；
- 强化内部客户营销意识，厘清本部门本岗位能给营销工作带来的贡献，成为卓越营销团队和大营销概念的有机组成部分。

授课对象

企业全员

培训用时

2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%知识点剖析+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，从而成为企业需要的卓越职业精英。

课程大纲

一、企业腾飞的基石——全员营销意识

1、营销的真谛

- 1) 营销观念的演变
- 2) 营销工作的目的
- 3) 客户满意度指数模型
- 4) 全员营销的定义——营销仅仅是营销部门的事情吗？

2、营销的4P与4C

- 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、营销基本原则

- 1) 营销的真相
- 2) 为什么说没有塑造价值不谈价格
- 3) 为什么说没有建立亲和力不谈产品

4、实现全员营销要具有的六大意识

责任意识、问题意识、改善意识、服务意识、团队意识、卓越意识

二、全员必须掌握的营销知识

1、全员营销的核心——满足与引导客户需求

- 1) 需求和需要的区别
- 2) 客户的购买心理
- 3) 客户的采购流程

2、企业面对客户的筹码

- 1) FABE——卖点和买点提炼
品牌、服务、价格、供应商情况、附加价值、技术、质量、交期、供应能力、付款条件、管理水平、商誉、领导魅力、职业素质、标准

演练：FABE 提炼

- 2) 销售先问的几个问题
- 3) FABE 提炼卡

演练：定位价值

3、随时向客户推荐——每个人都是营销员

- 1) 状况询问
- 2) 问题询问
- 3) 暗示询问
- 4) 需要-满足询问

教学影片：王牌销售员

三、全员营销对全员的要求

1、帮助营销部门获得筹码——做好你的本职工作

- 1) 职业还是事业——如何找到工作乐趣

教学影片《职业还是事业》

- 2) 全力以赴与激情
- 3) 如何提升自己的雇佣价值
- 4) 责任、立即行动、寻找可能性

教学影片《不可能的任务》

2、企业形象源于高素质员工

- 1) 职业化员工的八大素质
- 2) 最不职业的七大行为
- 3) 绝不推诿——首问负责制
- 4) 投入和关注企业营销

3、做个沟通高手

- 1) 沟通的本质与目的
- 2) 沟通模型
- 3) 获取真实意见的技巧

演练：同理心沟通——西点的烦恼

4、客户投诉处理技巧

- 1) 有效处理客户投诉的步骤
- 2) 完美服务弥补六步曲
- 3) 处理投诉时容易犯的九大错误
- 4) 客户投诉处理十二大技巧

四、内部客户营销意识

1、不能忽视的内部客户

- 1) 跨部门沟通为什么那么难？
- 2) 第三种解决方案

演练：两个部门都没错怎么办

2、我们能为客户做什么

- 1) 营销部门做什么
- 2) 非营销部门做什么

演练：我们能为提高客户体验做些什么？

3、如何建立和完善全员营销体系

- 1) 提炼与贯穿服务理念
- 2) 优化客户服务体系的组织机构
- 3) 设计、完善客户服务体系里的岗位描述
- 4) 创造性组织和实施集理念、制度、考核与激励等为一体的活动

4、如何打造高效能营销团队

- 1) 为什么是团队而不是个人
- 2) 低效团队的表象
- 3) 打造高效能营销团队的关键点
- 3) 高效能营销团队的特征

演练：通天塔

职业习惯造就卓越人生