

# 《创新销售与大客户管理》课程教学大纲

**课程名称：**《创新销售与大客户管理》

**课程性质：**内训/公开课

**课程对象：**全体营销人员

**教学时数：**学时6小时（1天）

**课程简介：**市场营销唯一不变的就是“变”，随着中国经济的发展和互联网大潮的推动，传统营销必须创新，传统的4P已经不能适应社会的变化，必须在营销思维、客户开发等方面进行创新。本课程通过新的营销理念、实战案例分析让学员在较短的时间内掌握营销创新的具体操作方法，提高营销创新的水平、提高营销业绩。

**教学目标：**通过学习让学员掌握营销创新的具体内容、互联网营销中客户开发的方法、客户体验及客户成交的具体方法，针对本企业互联网营销中存在的问题进行指导，消除常见的疑虑、举一反三，激活学员的运用能力和实操能力；

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

## 第一章：互联网时代新营销的解读

1. 中国营销四十年的变迁
2. 互联网时代4P和4C的变化
3. 什么是全网营销
4. 营销变化的关联因素
  - 1) 商业模式的变迁
  - 2) 营销与资本的介入
  - 3) 营销工具的升级
  - 4) 消费者理念的更新
  - 5) 营销环境的三化:移动化、场景化、碎片化

5. 移动互联网时代的商业特征
6. 案例：500元一双的袜子如何卖？
7. 案例：同行的三家企业不同的命运
8. 案例：雅昌数字化营销的凤凰涅槃
9. 工具：社群活力4法

## **第二章：销售创新**

### **一、销售开发创新**

1. 微信模式
2. O2O 模式
3. 行业论坛模式
4. 媒体开发模式
5. 技术研讨模式
6. 代操盘模式
7. 股权模式
8. 贴牌模式

### **二、销售管理创新**

1. 销售人联网的形成
2. 销售冲突与大数据的管理
3. 从管理链到价值链
4. 厂商分离到厂商一体化
5. 产品利润到平台利润

### **三、销售运营创新**

1. 客户的体验中心
2. 客户的传播中心
3. 客户的样板效应
4. 客户的网络开拓
5. 客户的参与感
6. 工具:网络设备的社群营销方式
7. 案例：OPPO 手机的销售运营

### 第三章：大客户的管理

1. 互联网时代客户的变化
2. 什么是客户满意度
3. 客户满意度的体现
4. 不同性格客户的沟通技巧
5. 如何建立信任感
6. 客户沟通的八项内容
7. 客户投诉的心理特征
8. 处理客户投诉的技巧
9. 客户要求降价怎么办
10. 客户关系的管理
11. 客户的分类管理
12. 客户的相处六大技巧
13. 工具：向客户的八大输出
14. 案例：顾问营销