

《打造高效创新型的营销团队》

课程教学大纲

课程名称：《打造高效创新型的营销团队》

课程性质：内训/公开课

教学时数：学时：一天

培训学员：营销人员及管理人员

针对问题：

- 1、营销团队缺乏狼性、办事效率低下
- 2、自我管理、激励不足
- 3、缺乏创新精神、营销知识老化
- 4、营销专业能力不足、功底不扎实
- 5、沟通缺乏技巧、执行能力不足
- 6、不会运用新营销、新方法

课程简介：商场如战场，企业的营销团队就要如军队一样，招之即来、来之能战、战之能胜。为何有的营销人员上手快、业绩突飞猛进，有的营销人员却始终似温开水，业绩平平。关键是有没有“魂”！这个“魂”就是：剑锋所指、所向披靡的英雄气概，这个“魂”就是面对波谲云诡的商业市场练就了一身“攻无不克战无不取”的高强武艺。高效的营销团队应该是对市场的敏感度高、感受到互联网时代传统营销的变化、感受到客户的物质与精神层面的新追求；高效的团队应该有超强的沟通与协调能力，做事干脆利落、掷地有声有超强的执行能力。本课程旨打造高效的营销团队，高效是什么？高效就是精准、高效就是专业、高效就是执行、高效就是协同、高效就是创新、高效就是业绩！

课程收获：

- ① 强化执行力及自我管理能力；
- ② 增强学员的沟通技巧、掌握具体的沟通方法；
- ③ 营销创新思维及新营销的开展；
- ④ 运用大数据进行精准营销的方法；
- ⑤ 社群场景化营销的手法；
- ⑥ 提高团队的整体运作效率，强化团队意识。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，讲师运用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。

教学纲要：

第一章：打造狼性的营销团队

1. 狼性营销人员的主要特征

- 1) 百折不挠的事业心
- 2) 敏锐的市场洞察力
- 3) 强烈的目标结果导向
- 4) 协同的团队精神
- 5) 数据分析的能力
- 6) 慧眼识人的能力
- 7) 方案形成的能力
2. 狼性营销人员的心态
 - 1) 个人利益与团队利益
 - 2) 建立自信的方法
 - 3) 情绪管理
 - 4) 感恩的心态
 - 5) 成功的心态
 - 6) 乐观的心态
 - 7) 学习的心态

案例：写周报也不见成效？

案例：工作周报/月报的分析

工具：月度营销分析方法

第二章：市场营销计划的制定与完成

1. 市场营销计划制定的主要方法
2. 如何盘点自身资源
3. 营销计划实现的管控方法
4. 结果导向的管控
5. 制度体系管控
6. 信息管控
7. 计划的异常管理
8. 复盘在计划管理中的运用
9. 复盘的四个作用
10. 市场开拓业绩增长的方法
11. 制定计划的 smart 法则
12. 案例：工作周报/月报的分析
13. 工具：复盘的使用方法
14. 工具：鱼刺骨工具使用
15. 工具：多因素分析法

第三章：新营销的解读与创新

1. 互联网时代 6P 向 6C 的转变
2. 什么是全网营销
3. 新零售的解读
4. 市场的消费升级
5. 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
6. 创新思维及在营销中的运用
 - 1) 横向思维
 - 2) 逆向思维
 - 3) 非线性思维
 - 4) 时空思维
 - 5) 结构思维
 - 6) 合分思维
 - 7) 共赢思维
 - 8) 复利思维
7. 案例：海航物流的创新。
8. 案例：雅昌大数据营销的涅槃

第四章：营销团队的沟通与协作

1. 管理沟通的九个要素
 2. 管理沟通的八大特性
 3. 管理沟通的身体语言忌讳
 4. 有效管理沟通的十条基本原则
 5. 倾听的五个层次
 6. “说”的技巧
 7. 沟通积极的身体语言技巧
 8. 如何与上级沟通
 9. 如何与同事沟通
 - 10.与下属沟通的九大原则
 - 11.沟通冲突处理
 - 12.团队协作体现
 - ✓ 分工不分家
 - ✓ 跨部门的沟通机制
 - ✓ 团队协作-共同奉献
 - ✓ 资源共享
 - ✓ 包容开放
- 案例：华为任正非：管理的灰度
工具：沟通的 KISS 原则

第五章：打造营销执行力

1. 什么是执行力

2. 树立执行意识
3. 为什么执行难
4. 执行对个人的影响
5. 如何形成执行的习惯
6. 执行难的深层剖析
7. 执行型员工的特点
8. 建立执行的思路
9. 西点的军规
10. 执行的关键
11. 执行的步骤
12. 执行与目标
13. 执行的文化
14. 工具：ABC 法则

第六章：销售团队的激励

1. 九零后员工管理与激励方式
2. 八招提升员工满意度
3. 营销团队的整体效能如何提高
4. 为什么员工不思进取？
5. 营销体系的管控方法
 - 1) 结果管控
 - 2) 信息管控
 - 3) 制度管控
 - 4) 组织管控
 - 5) 过程管控
6. 案例：在“支、帮、促”中成长
7. 工具：2017 年诺贝尔得主查德·赛勒：禀赋效应
8. 案例：[阿里巴巴](#)管理的“三板斧”
“揪头发”、“照镜子”和“闻味道”
9. 工具：条块结合的工具使用