

《打造营销铁军》

课程教学大纲

课程名称：《打造营销铁军》

课程性质：内训/公开课

课程学员：营销人员

教学时长：一天

课程简介：企业的业绩主要是通过营销团队来完成的，进入互联网时代，市场竞争加剧，如何打造一支“招之即来、来之能战、战之能胜”的营销铁军是各个企业的头等大事。

教学目标：通过课程的学习，教会学员如何组建各门店或加盟连锁机构，根据自己的实际情况招聘合适的营销人员，对营销人员进行管控和激励，制定合理的营销计划、强化执行力，以达成公司既定的战略目标。

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。

上午教学：团队凝聚力与执行力活动

一、热身活动：大树与松鼠

活动目标：活跃团队气氛

活动过程：

1、事先分组，三人一组。二人扮大树，面对对方，伸出双手搭成一个圆圈；一人扮松鼠，并站在圆圈中间；指导老师或其它没成对的学员担任临时人员。

2、指导老师喊“松鼠”，大树不动，扮演“松鼠”的人就必须离开原来的大树，重新选择其他的大树；指导老师或临时人员就临时扮演松鼠并插到大树当中，落单的人应表演节目。

二、知你识我

活动目标：

帮助成员了解团体；制定规则并督促成员遵守团体规范；促进成员相互认识。

活动准备：团体辅导室、可以挪动的椅子

分享与讨论：

1、我们刚才做了几件事？

2、我们在刚才的活动中最大的感受是什么？

3、活动中你认识了几位朋友？愿意在活动以外与他们继续做朋友吗？

同学们在这个活动中，表现的都很好。给自己点掌声！

活动“知你识我”希望在一定程度上帮助大家更好的认识周围的同学，促进人际关系的产生和发展，为下面的活动做铺垫。

三、信任纽带

活动目标：促进成员互动状况；帮助成员之间建立信任；促进相互理解，接纳。

活动准备：事先选择好盲行路线；眼罩(围巾或丝巾)若干。

活动过程：团体成员两人一组，一位做盲人，一位做帮助盲人的人，盲人蒙上眼睛，原地转三圈，暂时失去方向感。然后在帮助人的搀扶下，沿着制定路线，绕室内练习。期间不能讲话，只能用手势，动作帮助“盲人”体验各种感觉。练习结束后在两人坐下来交流，各自的感受。然后交换角色，再相互交流。

四、同舟共济

活动目标：促进成员合作；培养成员间创新思维，努力尝试，克服困难；提高

分享与讨论：

1、活动后大家的感受如何？

2、在活动中，你的角色是什么？你对讨论结果的态度？

3、你对最佳合作方案满意吗？

4、你在活动中是否有收获？有哪些？

同学们在这个活动中，表现的都很好。给自己点掌声！

通过活动“同舟共济”，促进团队协作，让成员之间变得更融洽。同时在适应方面通过活动也有所进步。

五、相亲相爱一家人(30分钟)

六、团体效果评估(5分钟)

下午教学

第一部分：狼性的营销团队的塑造

- 一. 狼性营销人员的主要特征
- 二. 百折不挠的事业心
- 三. 敏锐的市场洞察力
- 四. 强烈的目标结果导向
- 五. 协同的团队精神
- 六. 数据分析的能力
- 七. 慧眼识人的能力
- 八. 方案形成的能力
- 九. 狼性营销人员的心态
 - a) 个人利益与团队利益
 - b) 建立自信的方法

- c) 情绪管理
- d) 感恩的心态
- e) 成功的心态
- f) 乐观的心态
- g) 学习的心态

案例：写周报也不见成效？

第二部分：营销目标达成

一、制定营销计划的误区

二、营销预算中常见的误区

二、业绩完不成怎么办？

三、销量预测的方法

(一) 行业增长率

(二) 去年同期

(三) 竞争环境

(四) 爆款产品周期

(五) 市场投入

四、如何准确的制定营销计划

五、如何开好月度营销会议

六、如何用复盘来管控营销计划

七、实现目标的五大技巧

八、工具：一张报表看清营销能力

九、案例：为什么月报、周报、日报都不起作用

第三部分：营销业绩的执行、检核及考评

壹、营销计划销量目标制定方法

1.营销目标制定的四大原则

2.考核目标 VS 挑战目标

3.制定营销目标需注意的三大误区

4.案例：可口可乐的目标制定方法

二、抓住促使营销目标达成的三个关键点

1.提前备

2.中间分

3.月底压

三、如何对营销目标进行有效的跟踪检查？

1、跟踪检查的目的是什么？

√激励——做正确的事

√控制——要注意纠偏

√溯源——找到不达标的原因

2、跟踪检查要遵循哪些标准？

3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？