
《打造卓越营销领导力》课程教学大纲

课程名称：《打造卓越营销领导力》

课程性质：内训/公开课

培训学员：管理者、储备干部

教学时间：6小时-12（1-2天）

课程简介：课程内容主要包括：学习领导力的基本理论、知识；学习团队激励的基本理论和知识；学习用DISC工具来提升领导力。管理和领导的区别、团队沟通和激励、基于价值观的领导力、领导者的自我管理。

教学目标：通过该课程的学习，使学生掌握领导力发展的基本理论和基本知识；掌握在新的环境下如何带领团队、激励团队以及领导者

如

何用人。

教学要求：课程讲授要求理论联系实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出，旁征博引，同时配备课堂练习和互动以巩固所学的知识。

教学大纲：

第一部分：打造营销团队卓越领导力

1. 管理和领导的七大区别
2. 领导力包含的主要内容
 - ✓ 影响力
 - ✓ 感召力
 - ✓ 执行力
 - ✓ 学习力
 - ✓ 决断力
3. 衡量优秀销售领导者的标准
4. 对销售领导者的要求
5. 带兵之道与治军之道
6. 什么是领导
7. 领导力是什么
8. 领导力的精髓
9. 从管控到赋能
10. 打造最佳实践的管理体系

第二部分：基于价值观的领导力

1. 战略方向一体化
2. 树立主流价值观
3. 大事大非决不让步
4. 价值观领导力
5. 如何“铸魂”
6. 管理中容易忽视的人性管理

-
7. 思想沟通“不过夜原则”
 8. 案例一：阿里巴巴价值观

第三部分：有效授权

1. 管理中权的概念：用权、授权、越权、收权
2. 职务代理人制度
3. 储备干部制度
4. 有效授权
 - ✓ 职责描述
 - ✓ 工作分派
 - ✓ 权力分解
 - ✓ 时效
5. 哪些不可以授权
6. 工具：4D 领导力模型

第四部分：如何激励下属

1. 员工管理与激励方式
2. 八招提升员工满意度
3. 奶爸管理、师徒关系
4. 管理学中的“情感强度”
5. 激励理论
 - ✓ 激励方法之一：认可的力量
 - ✓ 激励方法之二：信任的力量
 - ✓ 激励方法之三：梦想的力量
 - ✓ 激励方法之四：自信的力量
6. 要让员工关心公司愿景，领导者就要关心员工梦想
7. 为什么员工不思进取？
8. 案例：“支、帮、促”中成长
9. 工具：2017 年诺贝尔得主查德·赛勒：禀赋效应
10. 工具：DISC 性格测评
11. 案例：阿里巴巴管理的“三板斧” 揪头发/照镜子/闻味道

第五部分：领导者的决策能力

- 壹、领导者的决策步骤
 - 1、 识别问题
 - 2、 确定决策标准
 - 3、 分配标准权重
 - 4、 拟定所有的备选方案
 - 5、 评估备选方案
 - 6、 选择最佳方案
- 二、决策的思维方式
 - 1、 原点思维：透过现象看本质、回归原点做决策
 - 2、 坐标思维：定量、定性、定位，是非曲直自明
 - 3、 时空思维：环境变、行业变、顺势而为跟着变
 - 4、 层级思维：分析问题看上层、解决问题在基层

-
- 5、合分思维：合而分抓大放小、分而合最佳匹配
 - 6、结构思维：抓好运营见实效、调整结构更高效
 - 7、统筹思维：两手抓、突重点、协调发展是正道
 - 8、简约思维：奔目标、挖资源、先经营后管理

第六部分、销售管理体系的打造

1. 目标清楚有层次
2. 抓流程
3. 提士气
4. 运营管控高效率
5. 兵随将转——高手管理流程
6. 流程化的清单革命
7. 如何打造销售流程

第七部分、打造销售团队刚性执行力

1. 销售执行是对成果负责
2. 成果要具备三大要素
3. 任务型和成果型的差距
4. 销售执行的八字箴言
5. 领导者拿到成果的关键
6. 团队执行力提升策略
7. 责任、使命和成就