

## 广告项目策划招商与运营实战技能

### 课程收益：

在互联网发达的今天，广告项目的策划主要体现出广告项目的价值和升值的意义，项目广告项目的火爆给客户带来了超值收入。所以广告招商必须得有一定的展现能力、表现能力、项目包装策划能力。

### 课程内容：

#### 第一部分：广告项目策划的概述

- 1、 广告项目策划的分析
  - 1) 客户群体分析
  - 2) 竞争广告项目分析
  - 3) 目标市场定位
  - 4) 消费群体定位
  - 5) 促销的价格策略
- 2、 广告项目策划的策划
- 3、 广告项目策划的组织
- 4、 广告项目策划的计划
- 5、 广告项目策划的预算
- 6、 广告项目策划的实施
- 7、 广告项目策划的管控
- 8、 广告项目策划的总结
- 9、 工具：SWOT 分析

#### 第二部分：消费者心智与卖点

##### 一、解析客户的5大心智模式

- ① 客户心智有限
- ② 客户厌恶复杂混乱
- ③ 客户缺乏安全感
- ④ 客户的印象不会轻变
- ⑤ 广告项目延伸客户失去焦点

##### 二、项目卖点

1. 什么是卖点
2. 卖点的四大特征
3. 找寻卖点的三大黄金法则
4. 成功广告项目的卖点分析
5. 卖点的四大成功法则

案例：江小白的文案成功之处

案例：脑白金、羊羊羊 的广告恶俗为什么还播

##### 三、视觉心理学

1. 什么是视觉营销
2. 视觉营销的误区
3. 视觉冲击力
4. 视觉布局
5. 视觉体验点
6. 投射效应
7. 平衡
8. 通感
9. 熟识效应
10. 形式追随功能
11. 锡克法则
12. 右脑优势
13. 最简原则
14. 完型心理
15. 帕累托原理
16. ....

#### 第三部分：强势广告项目如何打造

- 2、 广告项目设计的注意事项

通过案例，分析标识设计的方法及标识升级的注意事项；

- 3、形成广告项目的材料有哪些？广告项目涉及那些内容？
- 4、强势广告项目的价值有哪些？
- 5、如何快速建立广告项目价值感
- 6、建立强势广告项目的步骤

解释强势广告项目建立的主要步骤和方法

- 7、广告项目资产的管理

重点讲解什么是广告项目资产，广告项目资产的管理方法

- 9、打造强势广告项目的主要方法

案件：广告项目建设的过程，及广告项目成长的得与失。

#### 第四部分 广告项目策划如何落地走进客户的心中

- 1、传播广告项目的主要媒体：互联网、电视、报纸、杂志、户外、终端展示

。。。。。

- 2、为什么广告费一半是浪费的
- 3、企业形象如何为广告项目增色？
- 4、企业家的爱好如何为用来进行广告项目形象传播

案例：王石的珠峰攀登

案例：阿里巴巴马云的创业导师形象的塑造

案例、好利来老板的摄影爱好？

- 6、广告项目的整合传播

- 9、如何利用新的推广达到广告项目推广的目的

- 10、费用少的情况下如何进行广告项目传播

- 11、利用互联网社群视频进行传播

- 12、线上的客流导入线下客户

- 13、微信营销的关键流程：圈粉、分群、养粉、收割

- 14、微信营销的关键步骤：4321 法则

- 15、抖音网红直播视频带货

- 16、内容营销 IP 打造

- 17、案例：O2O 的模式激活用户

#### 第五部分：望-知彼知己,百战不殆

##### 一、第一次见面就让客户喜欢你

1. 谈判沟通的正确模式
2. 非语言沟通法则
3. 察觉客户的真正想法-同理心
4. 用赞美让对方爱上我们

##### 二、招商谈判四大流程

1. 定位-了解自我需求,筛选目标客户
2. 准备-事前收集资料,找出客户需求
3. 拜访-确认目标,出门拜访

4. 收尾-签订合同,双赢获利

### 三、招商宣传谈判四个要点

1. 引起注意
2. 激发兴趣
3. 增强欲望
4. 适时结束

### 第六部分：找出信息挖掘需求

#### 一、利用百度指数分析

1. 多维度分析关键词热度及其变化
2. 百度指数概况分析
3. 百度指数热点趋势分析
4. 百度指数-需求分布分析

#### 二、挖掘其它信息的途径

1. 其他网络平台数据分析
2. 政府网站分析获取信息
3. 上市公司年报分析获取信息
4. 专业调研公司报告
5. 行业报告
6. 商协会行业协会
7. 产业链分析

。。。。

讲解：如何见微知著、窥一斑而见全豹，讲师通过亲身实践、大量案例教会学员具体的方法，省时省力、即学即会，实操见效。捕捉行业信息挖掘更多商机。

### 第七部分：让客户不得不买单的说服术

#### 一、谈判说服技巧

1. 说话的艺术
2. 说服的法则
3. 说服能力演练

#### 二、谈判的筹码与让步技巧

1. 什么是谈判筹码
2. 让步的艺术
3. 筹码与让步的关系

4. 如何拉高自己的谈判筹码

### 三、提问的目的与方法

1. 引起注意
2. 找出需求
3. 传达想法
4. 引导思考
5. 5W1H 法则

### 四、提问注意事项

1. 简洁
2. 掌握时机
3. 具体
4. 提问不是盘问
5. 引起共鸣
6. 沉默

### 第八部分：招商沟通的基本步骤

1. 步骤一：事前准备
2. 步骤二：确认需求
3. 步骤三：阐述观点
4. 步骤四：处理异议
5. 步骤五：达成目标
6. 步骤六：落地实施
7. PPT 制作的主要原则
  - 1) 每片最好 6 ~ 8 行
  - 2) 每行最好 6 ~ 8 个字
  - 3) 合适美观的字体和字号
  - 4) 美观的页面设计
  - 5) 每片最好一个主题
  - 6) 内容设计合理，有针对性
  - 7) 工具：卖点提炼技巧

### 第九部分：招商演讲过程

#### 壹、 开场白

1. 称呼
2. 问好
3. 感谢
4. 自我介绍
5. 气氛调节

#### 贰、 演讲内容

1. 阐明意图
2. 明确观点
3. 以符合逻辑的顺序演讲
4. 核心内容展示

#### 参、 总结部分

1. 如何结尾

2. 结束时要集中听众的注意力—收缩性语句
3. 总结：回顾内容、强调重点、得出结论
4. 启发性问题
5. 工具：FBAE 介绍法
6. 工具：SPIN 介绍法
7. 案例：邦迪的故事化

## 第十部分：招商介绍会的“编”“导”“演”

### 壹、“编”

1. 活动策划
2. 主题确定
3. 专家讲解内容
4. 工作流程
5. 人员分工
6. 话术

### 二、“导”

1. 会场控制
2. 主持人
3. 对应服务
4. 会场布置
5. 吸引人的方法

### 三、“演”

1. 事前准备
2. 专业评审
3. 现场演练
4. 会议控制
5. 合作者

## 第十一部分：招商中的沟通技巧

### 一、如何克服“怯场”

- 1、人人都会专“怯场”的
- 2、寻找热情而友好的面孔
- 3、不把听众“放在眼里”
- 4、运用语言暗示减压

- (1) 深呼吸法
- (2) 自我放松法
- (3) 闭目养神法
- (4) 凝视物体法
- (5) 萨尔诺夫挤压法
- (6) 撞击法（释放能量法）

### 二、演讲中的“手、眼、声、步”法

### 三、沟通中的“听、说、问”能力

1. “听”的能力
2. “问”的能力
3. “说”的能力
4. 如何赞美人

5. 工具：人际交往中的肢体语言
6. 工具：发音吐字的方法
7. 案例：邓普方在合肥残联

#### **第十二部分：客户行为语言的心理分析**

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 客户服饰的解读
8. 案例：WTO 谈判的启示
9. 案例：梁总的肢体语言

#### **第十三部分：不同类型的客户心理分析及对策**

1. 犹豫不决型客户
2. 脾气暴躁型的客户
3. 沉默寡言性的客户
4. 节约俭朴型的客户
5. 虚荣心强的客户
6. 贪小便宜型的客户
7. 滔滔不绝型客户
8. 理智好辩型客户

#### **第十四部分：商务谈判的成交阶段**

1. 搞定大客户的四项基本原则
2. 大客户成交预测五步法
3. 大客户成交的“六脉神剑”
4. 成交的七大信号
5. 成交的二十二种方法
  - ① 直接要求成交法
  - ② 非此即彼成交法
  - ③ 最后机会成交法
  - ④ 激将成交法
  - ⑤ 假设成交法
  - ⑥ 小点成交法
  - ⑦ 保证成交法。。。。。。
9. 案例：“倔唐总”是如何突破的
10. 工具：客户企业关键的两张图

