

《营销策划与客户谈判》课程教学大纲

课程名称：《营销策划与客户谈判》

课程性质：公开课

学时数：学时 1-2 天

课程收益：德鲁克说：“企业的核心工作就是为客户创造价值”，可见客户是企业的重要资源。传统时代是“买的没有卖的精”，互联网时代是“卖的没有买的精”。目前市场普遍是产能过剩，产品同质化，导致优质客户资源稀缺。根据 20/80 法则,我们知道客户是重中之重，那么我们如何开发与维护?在市场营销策划的思维方式、操作步骤、创意能力、实操落地等等，商务谈判中要注意哪些问题？过程如何控制？如何取得最佳效果？

第一部分：营销策划的概述

一、营销策划的分析

- 1) 客户群体分析
- 2) 竞争品牌分析
- 3) 目标市场定位
- 4) 消费群体定位
- 5) 促销的价格策略
2. 营销策划资源的盘点
3. 营销策划的组织
4. 营销策划的计划
5. 营销策划的预算
6. 营销策划的实施
7. 营销策划的管控
8. 营销策划的总结
9. 工具：SWOT 分析
10. 工具：多因素分析法
11. 工具：鱼刺骨分析法

三、专题核心事件的选择与策划

1. 蹭热度—借势传播
2. “傍大款”—比附效应
3. 抓热点—引起持续关注
4. 做公益—激发向善的力量
5. 品牌互动—1+1 大于二的效果
6. 事件营销—故事引起八卦
7. 明星效应——激发大众娱乐心态
8. “官方”推动——实力背书
9.
10. 案例：王石的珠峰攀登
11. 案例：阿里巴巴马云的创业导师形象的塑造

12. 案例、好利来老板的摄影爱好？

13. 案例：苹果手机的品牌传播

四、营销策划的实操

1. 营销活动的准备阶段

- 1) 营销活动策略选择
- 2) 制定营销活动策划的 5 大步骤
- 3) 销售阶段与营销活动组合决策
- 4) 营销活动的创意方法
- 5) 如何撰写营销活动策划书

2. 营销活动过程管理

- 1) 营销活动的时机
- 2) 常见的营销活动方式
- 3) 营销活动的整合传播策略制定
- 4) 营销活动实施管理流程图

3. 营销活动的执行

- 1) 营销活动实施的节点
- 2) 营销活动前准备
- 3) 活动人员组织图
- 4) 营销活动现场规划的重点
- 5) 活动现场热度控制
- 6) 营销活动危机处理

4、营销活动的后续总结

- 1) 营销活动评估的指标
- 2) 营销活动的后续传播
- 3) 活动效果评估报告撰写

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

5. 营销活动实现的管控方法

- 1) 结果导向的管控
- 2) 制度体系管控
- 3) 信息管控
- 4) 会议管控

- 5) 项目的异常管理
- 6) 复盘在管理中的运用
- 7) 复盘的四个作用
- 8) 客户开拓业绩增长的方法
- 9) 案例：工作周报/月报的分析
- 10) 工具：复盘的使用方法
- 11) 案例：完成计划的常用策略
- 12) 章子怡婚礼的无人机事件
- 13) 雷军的和董明珠打赌

第二部分：商务谈判的准备

一、谈判的要领

- 1. 什么是双赢谈判
- 2. 谈判的两大误区
- 3. 谈判的本质
- 4. 衡量谈判的标准
- 5. 谈判的基本原则
- 6. 谈判心理学

- 7. 商务谈判中常用的工具
 - ① 关键路径法 ② 多因素评分法 ③ 鱼刺骨分析法
- 8. 谈判的解题模型
- 9. 谈判中易犯的错误

二、谈判的准备阶段

- 1. 确定谈判的目标
- 2. 团队角色的分配
- 3. 如何唱白脸红脸
- 4. 谈判中的三策
- 5. 如何拟定谈判议程
- 6. 如何评估谈判对手
- 7. 谈判者的核心技能
- 8. 如何营造良好的谈判氛围

第三部分：商务谈判的过程控制

一、谈判的开始阶段

- 1. 专业形象取得谈判优势

2. 谈判开始注意的问题
3. 如何判别谈判气氛
4. 怎样提出建议
5. 怎样回复对方的提议
6. 如何建立个人信任感
7. 如何寻找契合点
8. 样板客户的展示

二、谈判的展开阶段

1. 谈判遇到的障碍及对策
2. 如何破解对方的战术
3. 如何谈价
 - ① 定价与报价 ② 报价可以狮子大开口吗？③ 报价的五个前提
 - ④ 询价方式与忌讳 ⑤ 询价后的反应及应对措施 ⑥ 谈判中的压价方法
 - ⑦ 让价的注意事项
4. 如何强化自身优势
5. 面对的难题及其解决方法
6. 如何强化自身的优势
7. 解除客户抗拒的十种方式
8. 卖产品不如卖方案
9. 如何弱化对方的优势
10. 握适当的让步策略

第四部分：如何破解客户的抗拒感

1. 巧说反话，迂回攻心
2. 用一点压力促使客户果断下单
3. 欲擒故纵，表露不情愿心理
4. 小恩小惠好做大买卖
5. 巧对客户的价格异议

6. 让利改变客户的心理
7. 同理心使客户与你走的更近
8. 迎合客户的上流阶层意识
9. 用小话题掀起客户的情感大波澜
10. 案例：啰嗦型的客户影响工作怎么办
11. 案例：如何搞定变卦的客户？
12. 工具：SPIN 销售法的运用

讲解：客户开发、商务谈判就是心理素质的较量，对目标客户要有能力消除他的抗拒感，堵住客户的各种借口。