

## 《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

教学时数：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。