

# 《营销计划完成及有效管控训练营》课程教学大纲

**课程名称：**《营销计划完成及有效管控训练营》

**课程性质：**内训

**教学时数：**学时 6-12 小时（1-2 天）

**课程简介：**企业做大做强主要的方法就是新市场的开发和利基市场的维护，新市场的开发困难重重，多种因素重叠，艰难而复杂，需要专家根据行业及企业产品的特点设置专业的课程，来解决市场开发的问题，其中计划制定与管控技能是完成销量的基本保障，搞清计划与执行中的环节，提升技能是本训练营的主旨。

**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。

**教学纲要：**

## **第一章：市场营销计划的总体概念**

1. 市场营销计划制定的主要方法
2. 营销 4P、4C、4R 及其演绎
3. 什么是市场营销？销售与营销的区别？
4. 如何盘点自身资源
5. 营销计划实现的管控方法
  - 1) 结果导向的管控
  - 2) 制度体系管控
  - 3) 信息管控
  - 4) 计划的异常管理
6. 复盘在计划管理中的运用
7. 复盘的四个作用
8. 市场开拓业绩增长的方法

9. 制定计划的 smart 法则

10. 案例：工作周报/月报的分析

11. 工具：复盘的使用方法

## **第二章：营销主管/经理的能力**

1. 成功从优秀员工做起

2. 客户心目中市场人员的形象

3. 基本的商务礼仪

4. 见微知著的能力

5. 数据分析的能力

6. 慧眼识人的能力

7. 调动资源的能力

8. 方案形成的能力

9. 建立自信的方法

10. 案例：营销经理的烦恼

11. 工具：营销主管胜任力模型

## **第三章：新形势下的营销计划有效制定技能提升**

### **壹、 营销计划制定的四个前提**

1、 市场总结

2、 内部营销调研

3、 外部营销调研

4、 SWOT 分析

### **贰、 营销计划营销目标制定方法**

1、 销售目标 Vs 营销目标

案例：某企业营销目标的系统制定

2、 营销目标制定的四大原则

3、 考核目标 VS 挑战目标

案例：如何才能超额完成营销目标？

4、 制定营销目标需注意的三大误区

案例：可口可乐的目标制定方法

### **参、 营销计划制定的六大策略组合**

1、 品牌策略设计

案例：品牌重塑不是修修补补？

2、 产品策略设计

讨论：如何打造产品的差异化

3、 价格策略设计

案例：某企业的定价策略

4、 渠道策略设计

案例：某企业的渠道多元化

#### 5、促销策略设计

模板：基于人性的促销设计准则

工具：促销评估十大标准表

#### 6、传播策略设计

工具：低成本宣传的 27 种方式

#### 7、互联网条件下销售工具的运用

##### 1、视频营销

##### 2、微信自媒体运用

##### 3、社群营销运用

##### 4、APP 运用

### 第四章：营销计划与费用制定

#### 一、计划制定细则

##### 1、产品价格计划

##### 2、渠道开发计划

##### 3、宣传促销计划

##### 4、员工招培计划

##### 5、市场推广计划

#### 二、营销计划制定的制度保障与费用预算

##### 1、用喜闻乐见的形式制定与执行制度

##### 2、费用预算与计划之间的关系

##### 3、费用预算的维度

##### 4、费用预算与申报的流程

##### 5、如何将费用用在刀刃上

#### 三、落地实施模板参考

##### 1、A 企业营销计划书

##### 2、B 企业营销方案

##### 3、C 企业营销执行细案

### 第五章：营销计划落地执行、检核及考评

#### 一、营销计划落地执行的氛围

##### 1、责任第一，承担使命

工具：营销目标责任书

##### 2、要放下包袱，克服畏惧

##### 3、空杯归零，埋葬过去辉煌业绩

思考：诸葛亮为何挥泪斩马谡？

##### 4、保持高昂的斗志和必胜的信念

案例分析：某企业区域目标超额达成之谜

工具：营销目标宣誓模板

#### 二、营销计划达成要依靠团队的力量

##### 1、树立为团队荣誉而战的意志

##### 2、打造和谐的团队文化

##### 3、鼓励团队成员互相协作

天堂与地狱的故事

案例：湘军，成则举杯相庆

败则拼死相救

4、倡导团队成员彼此欣赏、彼此喝彩

5、摒弃英雄主义，打造精英团队

### 三、营销计划落地，主管应该做什么？

1、告诉下属达成目标依靠平时打好基础

√市场研究：总把控

√渠道细化：列菜单

√产品分销：铺货率

√客户拜访：做服务

做到四勤：脚勤、手勤、口勤、脑勤

案例：终端动销 10 大法则

2、善于做一个教练

√职责：传道、授业、解惑

√学会培训提升——训练

销售政策：口灿莲花

√教给下属销售目标达成的技巧

销售技巧：二选一法则；分段达标

3、月初认真准备

√争取合理的销售任务

√把任务分解到具体的工作计划中

√确保资源到位

√工作必须突出重点

4、月中紧抓过程管理

√抓住上半月

√跟踪到位

√及时调整策略计划

### 四、抓住促使营销计划目标达成的三个关键点

1、提前备

2、中间分

3、月底压

### 五、如何对营销计划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？

√确保目标

√及时性

√控制性

√突出重点

√明确性

√讲求实际

√行动快速

3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？

#### 4、如何实施营销计划目标绩效奖惩？

√实行绩效奖惩要注意的问题

√奖惩的方法

#### 5、业绩考核的方法

√考核评估的 KPI 指标

√常用销售人员业务考核维度

√销售人员的提成及奖励设置

√销售人员业绩的评价

工具：考评表格及模板