

## 《营销管理与业绩增长》

**课程内容：**营销管理与业绩增长

**课程性质：**公开课

**教学时数：**学时：一天

**课程简介：**营销是企业的龙头，营销的业绩直接关系到公司的繁荣发展，营销管理是一个重头戏，需要系统的专业知识和实操技能。营销管理涉及客户和市场开发等等。

在后疫情时代，在市场产能过剩，订单更难以搞定，企业更需要加大对新客户的开发、对老客户的维护。本课程通过培训使学员掌握营销客户的技能，提升公司业绩。

**课程收益：**通过培训使学员掌握市场业绩增长与市场总体规划的逻辑关系，只有掌握了市场全盘布局、重点市场开拓等方法，销量才能稳步增长，避免盲目开发，资源不匹配等错误。本次课程通过详实的案例剖析，告诉学员 B2B/B2C 业绩增长的方法。业绩增长离不开老客户关系维护、新客户开发，在实操中具体理念、方法、步骤。在线上销售如何获取流量。销量布置后公司如何激励营销团队来完成。

**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，同时配备课堂练习、现场互动以消化老师的课程内容。

### **确保效果的培训方式**

#### **① 课程时间分配：**

理论讲解 40%  实战练习 20%  课堂互动 20%

重点案例 10%  工具使用 10%

**喻国庆** 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，历经各营销管理职位，有丰富的营销运营管理的实操经历、其中有十年的营销咨询师的积累，专注营销领域，其课程实战落地、理论系统。往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。

### **教学纲要：**

#### **第一部分：市场分析与布局**

##### **一、销量预测的方法**

1. 行业增长率
2. 去年同期
3. 竞争环境
4. 爆款产品周期
5. 市场投入

##### **二、行业信息的途径**

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

### 三、头部企业及竞品分析

1. 竞争对手的选择
2. 竞争对手数据分析
3. 竞争对手的渠道策略分析
4. 竞争对手产品策略分析
5. 竞争对手营销策略分析
6. 竞争对手价格策略分析
7. 促销与动销分析
8. 客户关系分析
9. 团队战力分析
10. 投入产出分析

### 第二部分：目标客户商机挖掘

1. 用户分析的四个重点
2. 用户开发的十大误区
  - ✓ 重拜访轻周期
  - ✓ 重公关轻方案
  - ✓ 重成交轻挖掘

✓ 重推动轻拉动

✓ 。 。 。

3. 精准营销目标要明确

4. 获得用户：挖掘潜在用户

5. 留住用户：维护现有用户

6. 激活用户：激活休眠用户

7. 如何让用户主动找我们

8. 案例：这张用户信息表的问题在哪里？

9. 工具：开户开发的十大思维

10. 工具：头头是道的运用

11. 站在客户的角度制定最佳的解决方案

12. 客户利润增长提案 PIP 数值

13. 客户利润增长提案内容

17. 解决方案呈现技巧

18. 工具：用 SPIN 模式挖掘客户痛点

### **第三部分：营销业绩地执行、检核及考评**

#### **一、营销业绩落地执行的氛围**

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

4、保持高昂的斗志和必胜的信念

工具：营销目标宣誓模板

## 二、营销达成要依靠团队的力量

### 1、 树立为团队荣誉而战的意志

2、 打造和谐团队文化

3、 鼓励团队成员互相协作

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、业绩提升，应该做什么？

### 1、 告诉下属达成目标依靠平时打好基础

做到四勤：脚勤、手勤、口勤、脑勤

#### 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

#### 5、业绩增长的十大策略

√体系优化策略

√单品爆款策略

√样板市场与样板客户策略

√避实就虚策略

√结构优化策略

。 。 。 。

#### 四、抓住促使营销目标达成的三个关键点

✓ 提前备

✓ 中间分

✓ 月底压

#### 五、如何对营销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？

3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？