

# 《营销计划与业绩提升》课程教学大纲

**课程名称：**《营销计划与业绩提升》

**课程性质：**内训

**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。

**教学目标：**根据市场的状况和公司资源制定不同的市场策略、掌握样板市场和样板客户打造的方法，以及经销商的选择、维护、管理，许多业绩提升的方法。

**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：市场布局与预估

壹、调研数据的准确与使用

贰、行业与区域市场形状

参、如何快速看懂市场的“五勤系”

肆、调研后的重要动作

伍、如何寻找市场契合点

陆、新市场如何布局

柒、如何建立品牌的价值感

捌、新市场产品线的组合

九、咨询案例：张经理的“手抄布局地图”

壹零、 工具：市场调研“头头是道”的使用

## **第二章：市场营销计划的制定与完成**

一、 市场营销计划制定的主要方法

二、 如何盘点自身资源

三、 营销计划实现的管控方法

四、 结果导向的管控

五、 制度体系管控

六、 信息管控

七、 计划的异常管理

八、 复盘在计划管理中的运用

九、 复盘的四个作用

十、 市场开拓业绩增长的方法

十一、 制定计划的 smart 法则

十二、 案例：工作周报/月报的分析

十三、 工具：复盘的使用方法

## **第三章：市场开发与样板打造**

壹、 市场运营中的点、线、面

贰、 网点开发与管理

参、 市场竞争策略的四种类型

四、 盘点资源打好组合拳

伍、 市场滞销的因素

六、 如何打造样板市场

七、 样板市场打造 8 大作用

八、 样板市场的六定法则

九、 案例：家电市场的逆开发

壹零、 工具:市场决断的分析

#### **第四章：优质经销商选择**

- 壹、成功招商的五大要素
- 贰、我为什么找不到经销商
- 参、找经销商的途径与方法
- 四、经销商选择的标准
- 伍、经销商的资源与作用
- 六、选择经销商的误区
- 七、案例：招商的成与败
- 八、工具：渠道活力模型

#### **第五章：优质经销商打造**

- 壹、经销商满意度管理
- 贰、与经销商的相处六大技巧
- 参、渠道优化六原则
- 四、管理经销商的七种力量
- 伍、向经销商的八大输出
- 六、经销商的激励方法
- 七、高效率的厂商运营一体化
- 八、传统经销商向品牌运营商转变
- 九、案例：创维的顾问试营销
- 壹零、 工具:一张图表搞清经销商的经营

#### **第六章：营销主管/经理的能力**

- 一、成功从优秀员工做起
- 二、客户心目中市场人员的形象
- 三、基本的商务礼仪
- 四、见微知著的能力
- 五、数据分析的能力
- 六、慧眼识人的能力

- 七、调动资源的能力
- 八、方案形成的能力
- 九、建立自信的方法
- 十、案例：营销经理的烦恼
- 十一、工具：营销主管胜任力模型

### **第七章：市场客户的拜访**

- 一、客户拜访前的三问
- 二、销售拜访的常见的错误
- 三、拜访前的准备
- 四、成功拜访的细节
- 五、自我介绍
- 六、客户为什么见我们
- 七、怎样将异议变为机会？
- 八、提问的三种方式
- 九、我们会问吗？
- 十、我们会听吗？
  - 一、我们会说吗？
  - 二、向客户的 8 大输出
  - 三、业务人员的精神面貌
  - 四、案例：第一印象的重要性
  - 五、工具：介绍服务产品的 FABE 模型

### **第八章：客户沟通技巧**

- 一、客户沟通的 8 大特性
- 二、客户沟通的身体语言忌讳
- 三、有效沟通的 10 条基本原则
- 四、倾听的五个层次
- 五、“说”的技巧
- 六、沟通的九大原则
- 七、沟通冲突处理
- 八、如何向客户问问题
- 九、不同性格客户的沟通技巧

- 十、 客户投诉的心理特征
- 十一、 处理客户投诉的技巧
- 十二、 案例：客户需求的挖掘
- 十三、 工具：问话的 6 大模型

## **第九章：客户的成交**

- 一、 搞清楚客户企业的两张图
- 二、 如何建立个人信任感
- 三、 如何寻找契合点
- 四、 如何营造成交氛围？
- 五、 搞定物业客户的四项基本原则
- 六、 客户成交预测五步法
- 七、 客户成交的七大信号
- 八、 如何消除客户的抗拒点
- 九、 卖产品不如卖方案
- 十、 案例：样板客户的作用
- 十一、 工具：客户成交的十大方法

## **第十章：市场业绩提升**

- 壹、 如何热炒市场“三口锅”
- 贰、 互联网时代新产品上市推广的方法
- 叁、 营销业绩提升的十种战法
- 四、 如何提升市场的运营效率
- 伍、 终端动销十大法则
- 六、 案例：劲牌 75 个亿销量腾飞的渠道变革
- 七、 案例：可口可乐在弱势区域的崛起。
- 八、 案例：为什么日报天天写销量还是上不去
- 九、 工具：月度营销指导书