

# 《营销精英团队打造与业绩增长》

## 课程教学大纲

**课程名称：**《营销精英团队的打造与业绩增长》

**课程性质：**内训/公开课

**课程学员：**经销商、

**教学时数：**学时：两天

**课程简介：**如何改变团队“散养”的状况，强化团队的凝聚力、向心力、执行力。员工如何激励？营销团队的管理能力如何提升？销量业绩如何增长？本课程针对以上问题而设置。

### 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，有丰富的带团队的实操经历、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：

#### 第一章 营销精英团队的打造

1. 高效团队的主要特征
2. 公司的发展来自组织的裂变
3. 错误的招人时机与方式
4. 营销精英团队不可缺少的三类人
5. 如何招到行业精英？
6. 如果新员工要高薪怎么办？
7. 团队合作不良表现
8. 团队精神的主要表现

9. 树立员工的优良好心态
10. 做好员工心理预期的管理
11. 提升员工认同感的策略
12. 员工忠诚度的基本策略
13. 有效提高团队凝聚力的策略

## **第二章：团队的激励与创新**

1. 员工离职的主要原因
2. 如何让员工安心踏实的工作
3. 员工管理与激励方式
4. 八招提升员工满意度
5. 营销团队的整体效能如何提高
6. 为什么有的员工不思进取？
7. 工具：什么式禀赋效应

## **第三章：营销管理提升**

1. 营销计划与预算的管理
2. 计划的异常管理
3. 复盘在计划管理中的运用
  - ① 复盘的五个态度
  - ② 复盘的四个作
4. 如何开好销售会议
5. 每月开会为什么都不见效
6. 营销体系的管控方法
  - ① 结果管控
  - ② 信息管控
  - ③ 制度管控
  - ④ 组织管控
  - ⑤ 过程管控
7. 案例：在“支、帮、促”中成长
8. 制定计划的 smart 法则
9. 案例：台塑的轨道管理

## **第四章：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
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. 顾问式销售的特点
12. 站在客户的角度制定最佳的解决方案
13. 客户利润增长提案 PIP 数值
14. 客户利润增长提案内容
15. 顾问式销售的要素
16. 顾问式销售操作过程
  - ✓ 使买方说得更多
  - ✓ 使买方更能理解你
  - ✓ 使买方遵循你的逻辑去思考
  - ✓ 使买方进行有利于你的决策
17. 解决方案呈现技巧
18. 工具：问话的六大模型
19. 工具：用 SPIN 模式挖掘客户痛点

#### **第五章：客户满意度管理**

1. 什么是客户满意度
2. 客户满意度的指标
3. 做好客户心里预期管理
4. 如何增强客户的粘性
5. 如何让客户转介绍
6. 重点客户的管理
7. 客户分类的主要方法
8. 控制客户的 7 种方法
9. 客户管理的工具表单
10. 客户信息管理
11. 客户关系的八大输出
12. 客户的相处六大技巧
13. 如何处理客户投诉

#### **第六章：销售业绩提升**

1. 一张图搞企业的经营
2. 提升公司业绩的方法
3. 区域市场与渠道布局
4. 如何提升下级渠道的效能
5. 客户的分层管理与资源配置
6. 如何增强客户的黏性与复购
7. 客户转介绍的方法与步骤
8. 新营销的在医疗行业的运用
9. 销量增长的六大模式

10. 大数据体系下的会员营销
11. 社群营销的兴起
12. 场景化的终端分析
13. 创新思维及在营销中的运用
  - 1) 横向思维
  - 2) 逆向思维
  - 3) 非线性思维
  - 4) 时空思维
  - 5) 结构思维
  - 6) 合分思维
  - 7) 共赢思维
  - 8) 复利思维
14. 案例：销量增长的三股神力

## **第七章：构建新型厂商关系**

1. 经销商如何做大做强
2. 区域市场的布局能力
3. 行业分析能力
4. 工业品品牌运营的概念
5. 做好区域品牌运营的方法
6. 经销商的利润如何提高
7. 如何实现区域市场的裂变
8. 案例：厂商一体化的运营