

## 《营销全方位高效沟通》课程教学大纲

**课程名称：**《营销全方位高效沟通》

**课程性质：**内训

**学时数：**6学时(1天)

**课程简介：**沟通无小事，企业各部门之间的沟通与协作直接影响到企业的绩效，员工之间的沟通直接决定工作效率；良好的工作氛围，离不开正确的沟通。打造一支高绩效的团队每个员工都必须掌握基本的沟通技能。通过老师专业的分享、课堂练习，能够使员工迅速提升并掌握基本的沟通方法，强化团队的凝聚力、向心力、执行力。同时将沟通的技能运用到客户服务和客户管理上，从而提高客户的成交率。

**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。

**教学目标：**增加学员的沟通技巧、掌握具体的沟通方法，摒弃沟通中的错误，提高团队的整体运作效率，强化团队意识。学员在内部沟通和外部沟通中的注意事项，在外部沟通中提升客户满意度的方法，通过学习做到沟通顺畅、团队高效。增强团队的执行力及团队创新意识，掌握管理及业绩提升的方法。

### 课程收获

#### 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%

② 理论讲解结合学员的互动参与，采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，采取：提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答、角色扮演、影视片段、情境模拟、课堂游戏、团队竞赛等形式，让学员处在紧张、热烈、投入的状态中，老师讲授的观点简单实用，容易掌握、方便记忆，学员可以系统地学习“沟通”的理念、原则和方法，达到学完就用，而且用之有效。

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：部门沟通（向上向下）技能与方法

1. 沟通的重要性
2. 沟通常见的障碍
3. 沟通的八大特性
4. 工作沟通的7个步骤
5. 沟通的有效空间距离
6. 沟通的身体语言忌讳
7. 沟通的“五心”
8. 有效管理沟通的四大关键
9. 倾听的重要性
10. 倾听的内涵——五到
11. “说”的技巧
12. 与下属沟通的原则
13. 说话与场合
14. 说话的语气语调
15. 多说“小话”
16. 沟通冲突处理
17. 赞美的技巧
18. 沟通中肢体语言的运用
19. 沟通的ABC原则
20. 压力情绪管理
21. 工具：5W2H
22. 工具：时间管理
23. 工具：PDCA
24. 工具：复盘的运用
25. 工具：沟通中需遵循的“禀赋效应”
26. 工具：沟通中的KISS原则

#### 第二章：跨部门的沟通与协作

- 1、倡导良好的合作文化
- 2、重新调整组织分工
- 3、梳理模糊地带、
- 4、部门间的换位思考

互动：跨部门的交叉地带要不要管？怎样去管？

分享：昨天的大问题今天的小问题

### 5、树立共同的团队目标

脑力风暴：什么原因导致部门间合作的失败？

### 6、要开就开高效会议

高效会议的四项基本原则

案例互动：深圳某合资企业的月例会

会议一定要在会议室召开吗？

会议的调性确立

会议通知设计的技巧

会议主题要鲜明

会议准备要充分

会议中必议

会后跟踪与反馈

互动：跨部门会议中的几种棘手问题如何处理？

### 7、搭建跨部门沟通的桥梁

分享：要想做好跨部门沟通先要做部门内的沟通

### 8、推倒“部门墙”

### 9、建立强大的信息平台

### 10、完善沟通制度

## 第三章：客户沟通的方法

### 1. 提问的常见类型

### 2. 客户沟通的八项内容

1) 暖场类问题

2) 确认类问题

3) 信息类问题

4) 态度类问题

5) 承诺类问题

6) 顾虑类问题

3. 我们会听吗？

4. 我们会说吗？

5. 我们会问吗？

6. 客户行为的心理分析

1) 眼神的分析与判断

2) 面部表情的分析与判断

3) 肢体语言的解读

4) 语气语调的分析与判断

5) 客户公司地位的判断

6) 客户办公场景的解读

10. 不同类型的客户心理分析及对策

1) 犹豫不决型客户

2) 脾气暴躁型的客户

3) 沉默寡言性的客户

4) 节约俭朴型的客户

- 5) 虚荣心强的客户
- 6) 贪小便宜型的客户
- 7) 滔滔不绝型客户
- 8) 理智好辩型客户
- 11. 如何建立信任感
  - 1) 营销人员的“精气神”
  - 2) 营销人员穿着与仪容
  - 3) 营销人员表情与动作
  - 4) 语言节奏与语音语调
  - 5) 守时守信信
  - 6) 证人与证言
  - 7) 专业性的体现
  - 8) 辅助资料 and 工具
  - 9) 信任感的具体体现
  - 10) 提问中遵循的 FCOUS 提问法
  - 11) 工具：介绍产品的 FABE 模式
  - 12) 工具：SPIN 销售法
- 案例：如何建立产品的信任状