

## 《邮政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：电子商务的发展带火了中国的寄递业务，同时由于管理成本的增加，寄递业务出现了激烈的竞争，“三通一达”、菜鸟、顺丰等严重的蚕食了邮政的市场，邮政如何抓住自有存量网点的优势，积极开拓新的增量市场，提升业绩？

教学纲要：

### 第一部分：市场分析与布局

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. 网络渠道关系分析
9. 团队战力分析
10. 投入产出分析

### 第二部分：客户开发与客情关系维护

#### 一、客户行为与心理

1. 客户需求理论
2. 购买场景与心理
3. 客户的购买动机
4. 客户购买的兴趣点
5. 购买的一般心理过程
6. 需求性购买动机和心理性购买动机
7. 购买动机的可诱导性
8. 购买决策心理
9. 知觉在营销活动中的作用
10. 感觉：视、听、嗅、味、触觉等。

## 二、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

## 三：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
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

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

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

#### 四、抓住促使营销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？