

【王子璐课程名称】 商务展会活动营销策略

【王子璐课程特色】

1、逻辑缜密：王子璐老师的课程是 100% 原创课程，思维逻辑设计非常缜密。通过阅读课纲和比较，您一定能发现，王子璐老师的课纲和市面上某些，用热点和碎片化的话题东拼西凑的课纲截然不同。

2、案例丰富：根据王子璐老师授课的经验发现，案例是教学中最受学员欢迎和提升学员兴趣点的方法。王子璐老师的课程每一个观点都必定有案例佐证，且使用案例 90% 为 3 年内的最新案例，70% 为王子璐老师亲自参与的咨询案例，两天版课程平均达到近百个案例。

3、练习实战：培训最怕听得激动，无法行动。王子璐老师的课程中每个篇章都有让学员课程实操的练习。考虑到企业特色不同，行业不同，王子璐老师课程的课堂练习可以根据企业特点进行定制，既有针对 B 端企业的练习，又有针对 C 端企业的练习。大量的学员互动与现场演练，让学员全程高能，无睡点，无尿点。

4、理论夯实：学习的知识能否落地的关键，就是这些知识有没有夯实的理论背景支持。没有理论背景支持的知识，只不过是培训师的经验之谈，换一家企业换一个行业就落空了欧洲著名商学院 MBA 毕业的王子璐，课程设计的每一个章节的背后都有 N 个经典的理论支撑。培训师的最高境界，就是能把很多人看似枯燥的理论，讲得和故事一样精彩。

【王子璐课程目录】

- 第一章：展会活动营销的解读
- 第二章：展前/活动前营销策略
- 第三章：展中/活动中营销策略
- 第四章：展后/活动后营销策略
- 第五章：活动工具支持

【王子璐课程大纲】

第一章：展会活动营销的解读

- 一、展会的矩阵图
 - 1、销售贡献度
 - 2、品牌贡献度
- 二、展会前中后的订单走势
 - 1、理想与现实差距的原因
 - 2、展会的三大策略
 - 3、三大策略详解
- 三、展会的三个目标

第二章：展前/活动前营销策略

- 一、目标绩效
 - 1、不同类型活动的目标设定原则
 - 1.1 集客类活动
 - 1.2 促销类活动
 - 1.3 体验类活动
 - 2、活动 KPI 目标设定原则
 - 2.1 活动的三大 KPI
 - 2.2 历史活动数据

- 2.3 当前销售数据
- 2.4 当前库存数据
- 2.5 练习：商务活动 KPI 目标设定【互动讨论】
- 3、活动目标设定的三大流程【案例分析】
 - 3.1 基层流程
 - 3.2 中层流程
 - 3.3 高层流程
- 4、活动目标完成的保障
 - 4.1 总目标分解
 - 4.2 时间目标分解
 - 4.3 人员目标分解
 - 4.4 产品目标分解
 - 4.5 大日程分解
- 5、活动的绩效设定方法
 - 5.1 绩效全景设计图
 - 5.2 绩效考核的依据
 - 5.3 绩效的本质
 - 5.4 绩效设置的技巧
- 二、展前活动
 - 1、展前营销的目标
 - 2、展前活动的好处
 - 3、展前下订的难点
 - 4、展前下订的方法
 - 5、展前活动案例【案例分析】
- 三、邀约集客
 - 1、客户的分类
 - 2、邀约的话术
 - 3、话术的重点
 - 4、邀约的频次
- 四、广宣集客
 - 1、集客线索梳理
 - 2、常用集客方法
 - 3、线上活动推进表
 - 4、线下活动推进表
 - 5、广宣集客案例分析

第三章：展中/活动中营销策略

- 一、现场集客
 - 1、展位
 - 2、外场
 - 3、DM单
- 二、氛围提升
 - 1、聚集人气
 - 2、政策传达

- 3、产品包装
- 4、激发冲动
- 三、活礼品发放
 - 1、礼品发放原则
 - 2、礼品发放节奏
- 四、现场管理
 - 1、商品管理
 - 2、人员管理
 - 3、工具管理
 - 4、会议管理
- 五、现场销售
 - 1、接待
 - 2、需求
 - 3、介绍
 - 4、谈判
 - 5、成交

第四章：展后/活动后营销策略

- 一、活动总结
- 二、订单转化
- 三、后续跟踪

第五章：活动工具支持

- 一、15大工具总览
- 二、15大工具分解应用