

一线营销突破

认知、方法与技术

【课程背景】

营销，是绝大多数企业赖以生存的重要环节，是实现企业战略目标的重要保障，但往往又是不尽如人意的“重灾区”。营销工作是高度依赖营销人员的能力的，营销人员，特别是一线营销人员和管理者，往往简单粗暴的将营销理解为“卖产品、卖服务”，经验主义，本位思想。因此，真正了解营销的本质，掌握科学的营销流程和方法，用落地的动作、话术实现销售目标，是一线营销人员和管理者应该去学习和提升的。这也是企业战略实现的内在化建设和根本保证。

【课程收益】

- 洞察营销的核心与本质
- 掌握业绩提升的四大关键要素和六项着力点
- 理解营销流程八大环节和营销循环逻辑
- 深入掌握标准的营销动作
- 学会标准的营销话术，有的放矢

【课程特色】

以成年人学习的原理入手，以认知为先导（心态），以方法论为基础（知识），以技术为落脚点（技能），扎实基础，重点关注营销人员在实战中的流程、动作、话术等。知行合一，快速掌握，迅速上手。

【课程对象】

一线营销人员、中基层营销管理者

【课程时间】

2天，约12课时

【课程大纲】

一、做营销到底是在干什么？

1. 营销的核心与本质
 - 需求：营销要解决的核心问题
 - 价值交换：营销行为的本质

案例：空调的选择

2. 营销的关键要素
 - 信息差
 - 认知差

案例：他们怎么赚的钱的？

3. 业绩的基本公式
 - 业绩提升的四大板块和六项着力点

案例：为什么这么火？

4. 营销成功的几项基本前提
 - 营销的沟通公式
 - 营销信任的建立

案例：销冠的特质

二、如何科学有效的开展营销工作？

- 1.以终为始：以业绩目标需求倒推营销工作环节
2. 营销的标准流程分解
 - 引流—邀约—初洽—沟通—说明—异议处理—促成—成交及售后
 - 营销标准流程的循环概念

研讨：你的工作量还好吗？

三、营销标准流程到底如何落地操作？

1.流程详解：引流

- 一级逻辑：聚客场景设计-免费、特价、抢购
- 二级逻辑：互动场景设计-娱乐、刺激、相关
- 三级逻辑：消费场景设计-筛选、介绍、成交

演练：你要如何做引流？

2.流程详解：邀约

- 邀约环节的目标
- 邀约的动作与话术设计

互动：试试来约会吧

3.流程详解：初洽

- 初洽的目标
- 初洽的话术设计
- 初洽的两部曲：先处理心情，在处理事情

演练：你的开场白

4.流程详解：沟通

- 沟通的目标与动作分析
- 需求探寻的三三制法：
- 探寻路径：探寻场景、探寻问题、探寻倾向
- 探寻方法：聆听-提问-反馈

演练：找出他的心结

5.流程详解：说明

- 产品（服务）说明的四维法：宏观-公司-产品（服务）-个人
- 产品（服务）冲击介绍四个说明：数字说明、类比说明、场景说明、结果说明

演练：展示你的产品

6.流程详解：异议处理

- 异议处理四步法：理解—探寻—建议—共识
- 典型异议问答：
 - ◇ 我不需要
 - ◇ 价格还是不合适
 - ◇ 我再考虑考虑
 - ◇ 别家都可以……

7.流程详解：促成

- 促成的时机与信号
- 促成五法：
 - ◇ 从众成交法
 - ◇ 压力成交法
 - ◇ 惋惜成交法

◇ 选择成交法

◇ 默认成交法

演练：异议处理与促成话术

8.流程详解：成交及售后

➤ 成交服务流程

➤ 满意度与转介绍

➤ 售后关怀与机会探寻

案例：乔杰拉德的 250 定律