

迷城战队——营销创新思维沙盘

销售型团队营销创新思维的智慧宝典

讲师：黄普

【课程背景】

随着诸多行业国际化和市场化程度的不断提高，国内很多企业的经营所面临的市场环境也逐渐发生变化。作为企业的相关人员和管理层干部，都肩负着拓展客户、增加业绩的使命，也是企业利润取得的重要源泉。

现实工作中，很多企业管理干部或多或少都搞不清自身产品的竞争力到底在哪里？为什么团队里总是有“抱怨不满”、“牢骚满腹”的声音存在？为什么业绩停滞不前，只能靠吃饭和送礼维持客户关系？

由此，让相关人员摆正心态、强化营销意识、缓解工作压力，形成市场化管理思维，进而提升整体营销业绩，增加企业利润，是本课程关注的重点。

【课程收益】

- 调整心态，积极投入，自行分析解决问题——不等、不靠、不要
- 强化营销意识，拓宽客户开发思路
- 理解产品营销技能化的作用
- 掌握市场~客户~产品的“三点一线”的关系管理要点

【课程特色】

以体验式的形式，沙盘式的理念、内训式的深度模拟呈现了“团队接受目标任务，面对竞争，从计划、分工、沟通到执行、总结、调整”的全过程。旨在营造轻松愉悦的学习氛围，缓解大家平时的工作压力，让学员朋友调整好未来的工作状态。

【课程对象】

银行、金融、保险、医药、电商、连锁等多行业的销售经理、主管等

【课程时间】

一天（6小时）或半天（3小时）

【课程大纲】

一、背景导入及团建

- 1、学员随机分四或八个小组，先期完成小组的人员角色分工和岗位描述的落实
- 2、沙盘规则讲解
 - 功能卡片介绍
 - 功能表格讲解
 - 基本规则讲解
 - 学员讨论规则理解并制定“市场”计划

二、沙盘推演阶段

- 1、通过对考核项目的字面理解、现场观察、亲身体会来“熟知产品”，在对抗中，以胜者先选择出棋的位序。
- 2、各组以“协商”或“竞价”的方式争夺出棋的位序，也是模拟市场的价格战的环节
- 3、各组以自己颜色的棋子在整个棋盘逐步布局，也是模拟在市场中占有客户群体的环节

举例示范：三个阶段通过不同形式，依照“客户类型图”，把你的客户（棋子）有效地“镶嵌”在市场（棋盘）之内，几个环节之后，各小组就基本确立了自己的未来的发展反向，也即确定了竞争对手。

三、沙盘回顾阶段

- 1、统计各组“点数”情况
- 2、排列出各组沙盘课的成绩
- 3、各组自我讨论，总结发言
- 4、回顾点评各组的表现

四、分享总结阶段

- 1、产品战
 - 迭代更新
 - 创新思维

案例：现代企业头上的“四把刃”（资金链、人才库、产品端、跨界竞）

呈现方式：体验互动《老师说》

2、服务战

- 价格也是一种服务，但不是唯一的服务，更不是终极服务
- 科技与变革
- 政策与市场

案例：国家政策扶植方向从环保型到新能源型再到人工智能型，未来“+高科技”型

工具：SWOT 模型分析

3、布局战

- 自我规划与统筹
- 团队凝聚的力量

案例：破解“内忧外患”的四个锦囊

呈现方式：视频《大宅门》片段