

《新形势下金牌营销员全能综合提升训练营》

讲师：崔自三

破冰游戏：分组：队长、队名、口号、队歌
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

引子：

新版龟兔赛跑的故事
有何启发？

第一部分：优秀营销人员职业素养及专业塑造

一、优秀营销人员的三大职业素养

- 1、职业心态
- 2、职业技能
- 3、职业道德

案例：某销售经理为何遭遇职业瓶颈？

二、优秀营销人员素描

- 1、人品端正
- 2、热爱营销
- 3、善于学习
- 4、保持韧性
- 5、吃苦耐劳
- 6、博闻强识
- 7、责任诚信人
- 8、服务他人

案例：某优秀营销经理是如何炼成的？

三、优秀营销人员必备的专业知识

- 1、营销 4P——关注产品
- 2、营销 4C——关注客户
- 3、营销 4R——关注竞争

系列案例：营销理论与实践

第二部分：卓越商务礼仪与有效沟通

案例导入：商务礼仪有多重要？

第一讲：卓越的商务礼仪

- 一、 认识商务礼仪
 - 1、 什么是商务礼仪
 - 2、 商务礼仪适用的三个场合
系列案例：不懂礼节遭冷遇
- 二、 商务人士的形象礼仪
 - 1、 个人形象设计
 - √男士形象标准
 - √女性形象要求
 - 示例：图片
 - 2、 姿态规范
 - √男性站姿、坐姿
 - √女性站姿、坐姿
 - 示例：图片
 - 3、 穿戴规范
 - √着装基本规范
 - √职场着装六忌
 - √男性着装的“三个三”原则
 - √佩戴首饰的四个原则
 - 系列案例：避免这些现象
- 三、 电话礼仪规范
 - 1、 接听、记录电话的 4W1H 原则
 - 2、 双方通话，谁先挂断电话？
 - 3、 遵循通话三分钟原则
 - 4、 接电话的七大礼仪
 - 5、 打电话的六大礼仪
 - 6、 打手机五大讲究
 - 案例：这样打电话谁喜欢？
- 四、 商务场合的会面礼仪
 - 1、 握手的三大规范
 - 2、 介绍礼仪
 - √介绍三大注意事项
 - √自我介绍的四大注意点
 - √介绍他人的两大注意点
 - √介绍业务的两个注意点
 - 案例：介绍时应避免的误区
 - 3、 问候礼仪
 - 4、 如何致意？
 - 5、 接待礼仪
 - √礼貌服务三要素
 - 系列案例：这样接待，客人最难忘
 - 6、 拜访客户流程及礼仪
 - 7、 交谈的礼仪
 - √人际交往的四种距离
 - √商务场合“六不谈”、“五不问”、“四不准”

- 8、位次礼仪
 - √位次礼仪三原则
 - √行路、会客、谈判位次
- 9、乘电梯礼仪
- 10、名片礼仪
 - √名片内容“三不准”
 - √索取名片的四个方法
 - √交换名片的礼仪
 - √名片交换错误的做法
 - 角色扮演：如何递、接名片

五、商务场合餐饮礼仪

- 1、怎样吃西式自助餐
- 2、餐具的使用
- 3、进食的方法
- 4、坐姿与话语
- 案例：做一个优雅的营销人

第二讲：有效沟通技巧提升

从一则故事看有效沟通的重要性

一、认识沟通

- 1、沟通的定义
- 2、沟通的三大要素
- 3、沟通的两种方式
- 4、沟通的双向性
- 故事：以讹传讹
- 5、沟通的三个行为
- 案例：老教授为何陷尴尬
- 6、有效沟通的三原则
- 7、有效沟通的逻辑结构性思维
- 故事：巴顿将军

二、有效沟通的技巧

- 1、有效发送信息的技巧
- 2、积极聆听的技巧
- 倾听的五个层次
- 3、有效反馈的技巧
- 4、提问的技巧
- 案例：二选一法的使用
- 5、赞美对方的技巧
- 情景扮演：如何赞美对方？
- 赞美的技巧解析

三、与领导沟通的技巧

- 1、与领导沟通的原则

2、三种性格特征领导沟通应对技巧

四、沟通中的有效情商管理

1、什么是情商？

2、为何要进行情商管理？

3、情商管理的六大方法与技巧

案例：高情商，让他更受客户欢迎

五、沟通中的有效逆商管理

1、认识逆商：入职看智商，提拔看情商，重用看逆商

2、疫情及经济疲软形势下为何要进行逆商管理？

3、逆商管理的五大方法与技巧

案例：逆商，让他声名远扬

第三部分：新形势下的心理学与压力管理

一、我们为什么要学习心理学？

1、心理学的概念

2、学习心理学的目的

案例：透视社会“亚健康”

二、心理学可以解决的问题

1、身体问题

2、精神问题

3、心理与健康的关系

案例：某销售经理为何猝死？

三、心理学范畴下的压力来源

1、社会

2、家庭

3、工作

4、个人

……

案例：群体焦虑，能产生什么后果？

四、心理干预：正视压力

1、压力所带来的消极作用

2、压力所带来的积极作用

案例：某优秀销售经理化压力为动力

五、压力疏导的路径与方法

1、自我意识的调整

2、自我心态的重塑

3、自我目标的调整

4、自我技能的调整

5、自我管理的调整

工具：自我管理表

6、压力疏导的十大方法

系列案例：压力疏导方式与技巧

第四部分：客户关系管理技能与技巧提升

一、客户关系管理维护的基础工作

- 1、建立大数据库
- 2、什么样的数据库有竞争力
工具：有竞争力的大数据库的三个层次

二、客户关系管理的国情研究

- 1、客户需求深度分析
链接：激励不相容理论
- 2、中国特有的商业环境
面子、关系和人情
案例：德国人、印度人、中国人
- 3、客户关系管理的目的
让客户成为朋友，实现转介绍和扩大销售
案例：乔·吉拉德的客情维护

三、如何进行客户关系管理？

- 1、按照需求满足程度，对客户进行再分类
- 2、不同客户不同对待
工具：客户管理数据卡
- 3、实施顾问式销售
顾问式销售与产品销售区别
- 4、为客户提供最大化的增值活动
案例：帮人，其实也是帮己

四、客户客情关系维护与提升技巧

- 1、良好客情关系的准则
- 2、客情关系构建的原则：理解与尊重
- 3、客情维护的对象
 - 1) 客户及其家人
 - 2) 客户的亲戚朋友
- 4、常规性周期性客情维护
 - 1) 有频次、没规律
 - 2) 不要“过度营销”
链接：礼物价值公式
案例：某公司的礼品设计
送礼技巧：“大”中之“小”不如“小”中之“大”
- 5、重大节假日客情维护
 - 1) 贺词载体的选择
短信、电话、电子邮件、寄贺卡
 - 2) 贺词内容的确定
案例：定制化短信
 - 3) 重大营销事件发生时客情维护
- 6、个人情景客情维护

- 1) 客户生日
 - 2) 客户非规律性重大喜事
 - 3) 客户非良性意外事件
 - 4) 关心客户身体健康
 - 5) 投其所好
- 7、“多管闲事”客情维护
- 8、重大环境事件客情维护经营建议、管理建议、家务事等
- 9、客情打造关键：细节要到位
- 对标案例：同样做客情，效果大不同