

# 《年度营销顶层设计：营销计划的有效制定及执行管控提升训练营》

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：

新版五次龟兔赛跑的故事  
有何启发？

## 第一部分：新形势下的营销计划有效制定技能提升

### 一、营销计划制定的三个关键与七个保障

- 1、什么是市场营销？销售与营销的区别？
- 2、营销 4P、4C、4R 及其演绎
- 3、营销计划制定的三个关键
- 4、营销计划制定的七个保障  
案例：某企业为何营销计划落空？

### 二、营销计划制定的四个前提

- 1、市场总结
- 2、内部营销调研
- 3、外部营销调研
- 4、SWOT 分析  
案例：某企业的营销方案制定

### 三、营销计划营销目标制定方法

- 1、销售目标 Vs 营销目标  
案例：某企业营销目标的系统制定
- 2、营销目标制定的四大原则
- 3、考核目标 VS 挑战目标  
案例：如何才能超额完成营销目标？
- 4、制定营销目标需注意的三大误区  
案例：可口可乐的目标制定方法

### 四、营销计划制定的六大策略组合

- 1、品牌策略设计  
案例：品牌重塑不是修修补补？
- 2、产品策略设计  
讨论：如何打造产品的差异化
- 3、价格策略设计

案例：某企业的定价策略

#### 4、渠道策略设计

案例：某企业的渠道多元化

#### 5、促销策略设计

模板：基于人性的促销设计准则

工具：促销评估十大标准表

#### 6、传播策略设计

工具：低成本宣传的 27 种方式

#### 7、互联网条件下销售工具的运用

1、微博运用

2、微信自媒体运用

3、社群营销运用

4、APP 运用

案例：新媒体营销，提升销售业绩

### 五、营销计划制定的市场销售行动计划

1、产品价格计划

2、渠道开发计划

3、宣传促销计划

4、员工招培计划

5、市场推广计划

.....

附：营销计划制定所需系列表格

### 六、营销计划制定的制度保障与费用预算

1、用喜闻乐见的形式制定与执行制度

案例：《营销人员的三大纪律八项注意》

案例：《营销人员八荣八耻》

案例：某企业《成功服务信条》

2、费用预算

### 七、落地实施模板参考

1、A 企业营销计划书

2、B 企业营销方案

## 第二部分：营销计划落地执行、检核及考评

### 一、营销计划落地执行要树立的理念

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

思考：诸葛亮为何挥泪斩马谡？

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

附：《销售人员成功口诀》

## 二、营销计划达成要依靠团队的力量

- 1、树立为团队荣誉而战的意志  
视频：《集结号》的启示
- 2、打造和谐的团队文化  
警惕鸵鸟现象与螃蟹文化
- 3、鼓励团队成员互相协作  
天堂与地狱的故事
- 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  
短片：大雁的启示  
马蝇效应

## 三、营销计划落地，主管应该做什么？

- 1、告诉下属达成目标依靠平时打好基础
  - √市场研究：明习俗
  - √渠道细化：列菜单
  - √产品分销：直分销
  - √客户拜访：做服务做到四勤：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——OJT 训练  
案例：《把现场培训进行到底》 实地案例教学法
  - √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  
案例：《挑战生理极限》的启示
- 3、打造业务 110，做下属的贴身顾问
  - √创造感动
  - √保持沟通：主动沟通，嘘寒问暖，提高执行力。
  - √让下属找出达成目标最重要的障碍，并予以帮扶
- 4、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
- 5、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、抓住促使营销计划目标达成的三个关键点

- 1、提前备
- 2、中间分
- 3、月底压

## 五、促使营销计划目标达成的十个步骤

- 1、对于营销目标要有一种强烈的欲望

技巧：多鼓励，少批评

2、务必完成目标，破釜沉舟，封死退路。

技巧：目标不能妥协

3、鼓励下级对自己应有百分之百的信心，勇于亮剑

乔·吉拉德的故事

原一平的故事

4、保持学习的心态，创造教导型、学习型团队

5、把营销目标记录下来、随时审视

6、确定谁是达成营销目标的客户

7、跟营销目标达成较好的人作比较

8、营销目标视觉化

9、设定一个达成目标的期限

10、保持韧劲，坚持到底

奥成良治的故事

## 六、面对营销目标，我们该抱着一种什么样的态度与信念？

1、讲态度不讲难度；保持好的心态

2、讲行动不讲借口；立即行动

3、讲结果不讲理由；只为成功找方法

## 七、如何对营销计划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？

√确保目标

√经济性

√及时性

√控制性

√突出重点

√明确性

√讲求实际

√行动快速

3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？

4、营销计划目标跟踪检查有哪些具体方法步骤？

第一步：搜集信息

第二步：给予评价

第三步：及时反馈

5、如何实施营销计划目标绩效奖惩？

√实行绩效奖惩要注意的问题

√奖惩的方法

6、绩效激励考核的关键点

√建立科学全面的销售人员绩效考核评估体系

√常用销售人员业务考核量化指标方案

√销售人员的薪酬设计

√销售人员业绩的评价  
工具：考评表格及模板