

《营销体系构建与销售管理实战技能提升训练营》

主讲：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：

从一组数据看企业基业长青之道
有何启发？

第一模块：通盘规划，站得高，方能看得远：完整营销体系构建之销售方案制定技能提升

- 一、 阶段性销售总结
 - 1、任务完成状况
 - 2、营销 4P 分析
 - 3、归纳存在的问题与不足
附：各种总结表格
- 二、 对市场进行 SWOT 分析
附：参考模型：SWOT 分析矩阵
- 三、 区域营销主体思路
 - 1、市场操作营销思路
 - 2、经营市场运营理念
案例：某食品企业的销售方案思路
- 四、 区域营销目标分解
 - 1、按月份分解
 - 2、按产品结构分解
 - 3、按回款目标分解
附：目标分解三表格
- 五、 区域营销组合策略制定
 - 1、产品策略
 - 2、价格策略
 - 3、渠道策略
 - 4、促销策略
系列案例分享：策略决定市场成效
 - 5、规避竞争对手模仿公司活动方式的策略
- 六、 市场销售行动计划
 - 1、产品价格规划表
 - 2、渠道结构规划表
 - 3、渠道开发规划表
 - 4、覆盖率规划表

- 5、销售人员招聘表
- 6、销售人员培训表
-
- 七、 费用预算
 - 1、市场费用：
 - 返利
 - 促销
 - 广告
 - 公关
 -
 - 2、销售收入
 - 3、费用率
- 八、附件
 - 附：实操模板，学了就用：完整销售方案模板

第二模块：销售业绩突破第二战线：快速开发新网点，开创新局面

一、新网点调查

- 1、调查方式：
 - A、“扫街”式调查法
 - B、跟随竞品法
 - C、追根溯源法
 - D、借力调查法
- 2、调查内容
 - A、基本情况调查表

二、锁定目标新网点

- 1、选择的标准
- 2、了解需求

三、考察目标新网点

- 1、五大方面考察新网点
- 2、判断一个网点优劣的九大方面

四、新网点开发操作要点与技巧

- 1、拜访前的准备
 - A、资料准备
 - √小技巧：制作活页文件夹
 - B、仪容准备
 - C、心理准备
- 2、确定拜访目标对象
- 3、拜访客户的时间选择
 - A、在客户繁忙的时间拜访是最大的失误
 - B、在客户心情比较好的时候
- 4、拜访客户的语言技巧：学会赞美
 - 活动：赞美的要点

链接一：如何让客户接受你——销售中接近客户的技巧？

- √奉承法
- √帮忙法
- √利益法
- √好奇心法
- √引荐法
- √寒暄法

五、开发当中如何与新网点进行沟通？

- 1、用案例说服
- 2、帮客户算账
- 3、ABCD介绍法
- 4、示范
- 5、使用证明材料
- 6、倾听
- 7、提问

链接：

- 1、沟通当中，如何巧妙给政策？
 - √给政策要用加法
 - √对客户政策要求要用减法
 - √给政策要学会创造困难
- 2、沟通核心要点：风格模仿、达成共识

六、如何有效处理新网点销售异议？

- 1、产品异议及其应对技巧
- 2、价格异议及其应对技巧
- 3、促销异议及其应对技巧
- 4、财务异议及其应对技巧

七、促使新网点快速成交的四大技巧

- 1、把好处说够
- 2、把坏处说透
- 3、限时限条件成交
- 4、假设成交法

系列案例情景再现：优秀的客户是如何开发出来的？

第三模块：开辟销售业绩增长新通道：完整营销体系构建之新产品上市推广方案制定

一、新产品上市前的准备工作：市场定位

- 1、了解产品核心元素
- 2、了解市场核心原素
- 3、市场定位的概念
- 4、市场定位的基本步骤
- 5、产品定位的策略

案例：某企业产品定位成功一炮走红

案例：某食品企业产品定位失败一蹶不振

二、新产品上市前的准备工作：市场进入方式

- 1、根据产品在市场中的形象目标不同，可分为高位型和低位型
- 2、根据产品进入市场时的宣传推广方式不同，可分为造势型和渐进型
- 3、根据产品在品牌延续关系上的不同，市场进入方式可分为创牌型、传牌型和改牌型
- 4、依据产品进入市场时的直接促销对象的不同，可分为拉动型和推进型。

附：业绩增长：产品组合模型分析

案例：某企业新产品进入打造新的市场空间

三、新产品上市推广方案的有效制定

- 1、新品推广目的
- 2、新品推广主题
- 3、新品推广时间与地点
- 4、新品推广内容：
 - 1) 产品推广方式
 - 2) 价格制定方式
 - 3) 重点推广渠道
 - 4) 促销推广技巧
-
- 5、新品推广活动阶段
- 6、新品推广营销组织搭建及人员分工
- 7、推广费用预算

四、新产品上市推广实战策略

- 1、新品推广要推拉结合
- 2、找准渠道，系统推进，确保铺市的有效性
- 3、促销宣传营造热销氛围
- 4、统筹安排，创新思维，不断突破
- 5、建立示范市场，复制推广成功模式
- 6、强化关注执行力要素

案例：某食品企业新品上市成功推广解析

附：新品上市完全手册

第四模块：保持销售业绩持续增长之道——有效的销售管理与维护技能技巧提升

一、销售管理的十四项基本工作

- 1、渠道商考核
附：经销商考核表
- 2、挖掘竞争对手客户，优化布局老客户
案例：某食品企业对于市场的“开扶调换”四字方针
- 3、客户资料等数据库更新完善与分析运用
附：完整的客户档案模板
- 4、协助做销售计划
附：各种销售计划表格
- 5、协助分销并做销售教练
- 6、及时提供售后服务
- 7、培训各级渠道商及其员工

案例：某企业经销商培训规划表

8、划分责任区域

9、检查督促公司方案落实

10、库存管理与存货周转

工具：1.5倍安全库存法则

11、售点广告检查与优化

12、检查促销活动执行

工具：促销评估表

13、回款，做订单而非拿订单

14、收集市场信息，包括本品、竞品、市场等

表格：竞品调研表

二、销售管理中的二个过程管理手段

1、走动管理

2、现场管理

整改工具：整改意见书、反馈单

市场诊断工具：鱼骨刺图

三、销售日常管理的五项重点工作

1、提升现有销售网点业绩

2、指导渠道商发货

工具：渠道发货频率表

3、统一价格管理

4、终端分类管理

附：终端分类表格

案例：康师傅终端管理与维护分享

5、促进上货率的提升

案例：某食品企业业绩提升途径

四、销售管理重点难点突破

1、窜货成因及其处理

2、价格战及其应对

3、“落伍”老客户及其应对

4、市场投入及其核销

5、业绩提升的路径探索

五、销售中客情关系构建与提升

头脑风暴：有多少方法可以做好客情？请具体列出来？

1、常规性周期性的客情维护

1) 周期性的情感电话拜访及其注意事项

2) 周期性的实地拜访及其注意事项

2、重大节假日客情维护

1) 贺词载体的选择

2) 贺词内容的确定

3) 道贺要亲历亲为

案例：定制客情维护

3、重大营销事件发生时客情维护

1) 乔迁

- 2) 新店开业
 - 4、个人情景客情维护
 - 1) 客户及其家人生日
 - 2) 非规律性重大喜事
 - 3) 非良性意外事件
 - 故事《蒋介石善做生死文章》
 - 视频：蒋介石如何做客情
 - 5、“多管闲事”客情维护
 - 6、重大环境事件客情维护
 - 7、销售人员的个性客情维护
 - 8、客情最高境界：经商不言商
 - 9、客情打造关键：细节要到位
 - 案例：生日祝福案例比较分析
- 附：20种做客情的方法与技巧