

# 督训综合能力强化训练

主 讲：金玉成

## 课程背景：

本课程以工作教导、工作方法、工作关系为主的培训方法；工作教导是教导技巧，工作方法是工作改善的技巧；工作关系是教导如何面对问和解决问题的技巧；针对提升督训师应具备的知识技巧而拟订的课程；督训师是公司管理的根本，管理效果在于督训师是否具备相关专业技能，故而专业督导师强化训练顺应并符合管理架构要求并作为公司发展的重点工程。

本课程针对性提升督训师分析和解决问题、观察力、判断力、整合力、营销力及表达力，旨在有效提高整个公司的综合营销管理水平。

## 课程受众：

课程时间：2-3 天，6 小时 / 天

## 课程收益：

- 1、提升督训师分析问题、解决问题力
- 2、提升观察、判断、整合力及表达力
- 3、提高督训师的自我角色认知与定位
- 4、提高督训师网沙组织能力和执行力
- 5、针对性提高督训师营销策划实作力
- 6、工具与实战训练相结合，落地实用

## 课程大纲：

### 第一讲、督训师角色认知与自我定位

#### 一、构建理想的工作状态

- 1、企业问题产生原因
- 2、工作状态的四内容
- 3、什么是问题预防法
- 4、全面以及自我诊断

## 二、督训师必备五个条件

- 1、专业的知识
- 2、职责的范围
- 3、改善的方法
- 4、辅导的能力
- 5、系统性思维

## 三、督训师的责任

- 1、规范化系统培训
- 2、企业文化和目标
- 3、构建销售责任感
- 4、荣誉体系与归属
- 5、销售技能与产能

## 四、工作教导

- 1、督导前充分准备
- 2、传授技能四步走
- 3、身授与角色对调
- 4、实际的执行成果

## 五、工作关系

- 1、改善人际关系四要诀
- 2、问题处理四阶段内容
- 3、发现工作问题点要领

## 六、工作方法

- 1、由改善的重要引导出改善的实施阶段
- 2、实际演练、工作分解表与提案表写法
- 3、强调工作分解表细目与自问检讨运用
- 4、展开新方法，引导学员发表新提案表
- 5、实施新方法之程序与工作教导之运用
- 6、工作改善方法示范领悟工作改善精神
- 7、四阶段说明以便改善思路模式与运用
- 8、运用所学并讨论，以重新构想新办法
- 9、学员就实习案例发表提案书，并讨论
- 10、综合指导了解将新法用于工作教导法

## 七、启发能力 OJT 步骤

- 1、态度、知识、技巧列表
- 2、业绩、评价、满意度等
- 3、适任度、专长、优缺点
- 4、期望提高和培育的项目

## 八、怎样克服培育障碍

- 1、OJT 培育的障碍十因素
- 2、培育部属 OJT 障碍对策

3、成功部属指导关键内容

4、工作改善评价核心技巧

## 第二讲、督训师主持演讲能力提升

认知梳理：优秀主持人应该具备的专业能力？你最欠缺的是什么能力？

(带着问题去学习，事半功倍，预成其事先明己身)

### 一、表达技巧训练

1、言之有料

2、言之有理

3、言之有条

4、言之有物

**工具分享：NAC与唠叨训练**

实战训练：我在会场的所见、所想、所感

### 二、台风造型训练

**工具分享：四容四必与气色**

**工具分享：三种造型训练法**

实战训练：腰背训练与台风展示

### 三、台词撰写训练

**工具分享：撰写六术**

实战训练：我的初次告白

### 四、临场技巧训练

**工具分享：激情四射的三项关注**

实战训练：演讲其实很简单

小组研讨：你悟到了什么

## 五、主持风格分析

- 1、主持六种风格
- 2、切忌照猫画虎

## 六、开场白训练

工具分享：抓住人心的五个设计

实战训练：演绎一次答谢会的开场

## 七、暖场互动训练

工具分享：四种开场惯用手法

实战训练：你来试试看

## 第三讲、督训师网沙实作能力提升

研讨发布：为什么总是与理想有差距

案例分享：一次成功的VIP理财尊享会

### 一、活动目标与营销策划

#### 1、锁定目标群体

- A、客户的来源：市场布局、信息收集、目标客户的关注点
- B、活动的目标：关系维护、产品营销
- C、活动的时间、地点、方式
- D、活动的资源：人力、物力、财力

#### 2、活动策划的三个阶段

### 二、活动组织与实施

#### 1、活动功能组及人员分工

- A、会务组的分工及实操
- B、物资组的分工及实操
- C、宣传组的分工及实操
- D、展示组的分工及实操
- E、邀约团队分工及实操
- F、攻坚组的分工及实操

**研讨发布：根据人员分工进行研讨，并撰写对应岗位工作细分**

## 2、活动前准备流程

- A、客户筛选：1：3：7
- B、电话邀约：强制话术设定
- C、短信联系
- D、网络邀约
- E、递送邀请函

## 3、密集跟踪

- A、计划进度检查
- B、邀请情况信息更新
- C、调动积极性

## 4、邀约客户确认：客户确认、731法则

## 5、会务准备与过程管理结果确认：预演彩排、应急准备

**模拟实作：沙龙细节模拟**

**研讨发布：为什么会这样？**

**工具分享：三三二法则、影响力中心**

### 三、活动中执行流程

- 1、会前迎接、签到
- 2、座次安排
- 3、现场服务
- 4、现场讲解与呈现
- 5、现场踢单与攻坚
- 6、客户送别

**模拟实作：**模拟场景演义一场沙龙，老师进行点评

**小组研讨：**各小组磨合过程中要有哪些注意事项

**工具分享：**设定强制购买魔方

### 四、活动后追单与总结

- 1、现场总结会
- 2、会后的追踪
- 3、会后的分析
- 4、问题与解决

**工具分享：**一三七法则、两会递进法

### 五、活动后客户关系管理与维护

- 1、成交客户的维护
- 2、未成交客户的后续营销与维护
- 3、未到场客户的后续营销与维护
- 4、转介绍步骤、适用方法、技巧

## 第四讲、督训师营销策划能力提升

## 导入：什么是营销策划、营销策划难在哪里

### 一、如何制定营销策划方案

- 1、制定营销方案时，如何分析现状
- 2、SWOT 分析法
- 3、如何制定营销目标
- 4、如何制定切实可行的方案
- 5、如何实施组合营销

### 二、营销策划应考虑哪些要素

- 1、营销策划基本因素
- 2、营销策划主体因素
- 3、营销策划筹备因素

### 三、如何实施营销方案

- 1、如何设计以客户为导向的营销业务流程
- 2、如何有效分配资源，确保方案实施
- 3、如何用过氛围营造实现预期爆破

### 四、行而有效的创新营销

- 1、社会化新媒体营销
- 2、线上入口与线下接口
- 3、热点营销与事件营销

### 五、社群营销促内力引外流

- 1、社群定义
- 2、社群服务营销的关键点：以好聚之

3、常见九大社群及社群维护与存量开发案例

## 六、营销策划的灵魂

1、全客户模式的优势

2、营销无内外

3、环环相扣营与销

## 第五讲、课程回顾与互动交流