

# 会议营销综合能力训练营

主 讲：金玉成

## 研发背景：

会议营销是终端动销的最重要的核心，是企业重要的外部营销手段，通过多种多样的呈现形式，以爆发性众推的数据库整合方式为主要营销手段，为众多企业创造了不菲的业绩，是当下最接地气的渠道和终端首选的营销模式。

与传统营销模式相比，会议营销具有九大优势：

- 1、更有效开发潜在优质客户；
- 2、充分满足客户个性化需求；
- 3、易操作、易复制，易见效；
- 4、终端市场信息反馈更真实；
- 5、互动成交销售氛围更热烈；
- 6、整体营销费用更容易掌控；
- 7、聚焦性更强，传播面更广；
- 8、全方位降低企业经营风险；
- 9、排他性更强，高壁垒设计；

本课程通过大量的丰富的案例分析、实战训练、深入浅出的讲解以及老师全程示范，向学员进行全方位呈现会议营销的精髓，解密会议营销各个环节的关键和实操要点，并提供必备操作工具与标准，。旨在为企业培养一支召之即来，来之能战、战之能胜的专业会销团队，在帮助企业迅速拉升销售业绩、抢占更大的市场份额的同时，促进以企业的名义，为客户提供最优服务的伟大企业战略发展目标得以完美实现。

## 课程目的：

- 1、思维转型：打破固有的营销思维，帮助学员建立系统的节点会销认知
- 2、系统布局：建立完善会销体系，掌握会议营销的整体布置和细节把握
- 3、能力提升：针对性强化会销力，建立并培养一支优秀的会议营销团队
- 4、客户思维：培养客户思维导向，掌握策划个性化、落地会议营销模式
- 5、分工明确：帮助学员建立项目小组，分工实操，明确目标和职责定位
- 6、团队协作：解读会议营销核心，培养协作意识，锻炼整体会销凝聚力

## 课程收益：

- 1、详细阐述会销的操作关键精髓；
- 2、分享会销实作的经典案例流程；
- 3、掌握会销系统管理的提升方法；
- 4、激发会销潜力的企业落地方案；
- 5、通过学习精准定位产品目标群；

- 6、全程协助整理最合理会销方案；
- 7、10项工具+12项训练，让能力提升落到实处！
- 8、易学、易懂、实操性强，可迅速转化落地实作！

### 授课对象：

课时安排：3天3夜——7天7夜，9小时/天

适用行业：快消品行业、工业品行业、金融行业、服务行业、房地产行业、健康行业等

### 授课方式：

理论讲授、案例分析、小组研讨、互动发布、工具分享、实作模拟、行动学习、教练辅导、点评提升、分工协作、团队PK、方案归纳、头脑风暴、自我激励、启发式教学

### 课程大纲：

#### 引言：

“不做等死，做了找死。”——你是否认同这句话？在经济不景气的当下，如何充分利用会销破局？如何利用会销不断的创造奇迹？

#### 模块一：过去做了什么

##### 1、 活动策划的价值与现状分析

- 活动组织的价值所在
- 会销实施的难点障碍
- 原因分析与解决之道

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

##### 2、 在你眼中的会销是什么样的

- 解析会销的定义；
- 会销常见的弊病；
- 你眼中会议营销；

##### 3、 过去曾使用过何种会销模式

- 单一型和复合型；
- 常见的模式：沙龙、恳谈会、推介会、答谢会、周年庆、招商会等；

##### 4、 过去是如何确定会销的主旨

- 两个中心：客户、产品；
- 会销特点解析：有效邀约、客户群体、现场成交、决策过程；

##### 5、 过去组织的会销取得的效果

——自我评估与群体自评

## 6、 你认为会销核心优势在哪

——与其它销售方式的对比：电销、FaceToFace 等；

本模块围绕会销种类、中心点、核心优势三个方面进行充分讲解，并结合老师在2017年2月、5月、6月三场会销实作为主要展示案例，本模块中有一次全员研讨，脑力激荡小组发布，角色互换以学员为主导，帮助学员迅速打开脑洞，充分热身，确保全体学员全身心投入到课程学习当中。

## 模块二：现在该怎么做

### 1、 欲成其事先利头脑（会销评估）

——四个关键指标：合作、细节、效果、反馈；

——如何根据企业和市场的实际进行有效评估

### 2、 没有最好只有更好（玩转会销）

——七大要素：主题、群体、邀约、控场、沟通、谈判、追踪；

——结合七要素对企业以往会销自评（研讨发布）

——活动目标与营销策划

A、锁定目标群体：

客户的来源：市场布局、信息收集、目标客户的关注点

活动的目标：关系维护、产品营销

活动的时间、地点、方式选择评估

活动的资源：人力、物力、财力

B、活动策划的三个阶段

C、活动的联动营销设计

D、经典营销策划案例解析

### 3、 成功来自完美掌控（胜券在握）

——六个重点：定位、选择、整合、组织、预热、准备；

——3+3+2 客户精选，会销破局的关键；

**小组研讨：如何针对本企业产品进行会前把控**

### 4、 死守目标绝不动摇（设计关键）

——会销核心思路与客户需求导入；

——现场成交：成交关键、购买理由、价值塑造、群体效应；

### 5、 一路同行永不停步（重在协作）

——协作致胜：会议经营、分工协作、氛围营造、角色定位；

——活动组织与实施：

- 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：根据沙龙人员分工细则进行研讨，并撰写对应岗位细分说明表

工具分享：会务组工作流程表

## 6、你的起点决定终点（会前准备）

——活动前准备

- A、客户筛选：137法则
- 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

——针对性追踪

- A、计划进度检查
- B、邀请情况信息更新
- C、调动积极性

——邀约客户确认

——会务准备与过程管理结果确认：预演彩排、应急准备

模拟实操：会销细节模拟、成交话术设计、埋点设计

研讨发布：为什么会这样？

工具分享：三三二法则、影响力中心

## 7、精彩纷呈价值转换（会中执行）

——活动中执行流程

- A、会前迎接、签到
- B、座位安排
- C、现场服务
- D、现场讲解与呈现
- E、现场提单与攻坚
- F、客户送别

模拟实操：模拟场景演绎会中环节，老师进行点评

小组研讨：各小组磨合过程中有哪些注意事项

工具分享：设定强制购买魔方

## 8、 缘起交易缘续情谊（会后转化）

- 现场总结会
- 客户追踪术
- 会后分析会
- 问题解决会
- 成交客户的维护
- 未成交客户的营销与开拓
- 未到场客户的营销与开拓
- 转介的步骤、方法、技巧

**模拟实作：演绎一场会后追踪流程设计，自评后老师点评**

**模拟实作：会后各类型客户话术设计**

**研讨发布：上次会议的自评**

**工具分享：一三七法则、两会递进法**

本模块围绕会销评估、影响因素、关键环节、会前准备、会中掌控、会后追踪、团队协作等七个方面展开，以“现在公司要做一场……”为命题，各小组研讨发布作为开篇，学员自评以后老师结语；老师会以 2017 年 8 月的实作案例作为主要展示案例，破除原有僵化思维定式，帮助学员迅速理清思路，本模块采用以学员为主导的互动型授课方式。

### 模块三：未来如何破局

#### 1、 会销的独家秘笈

- 七个环节掌握完美会销流程；
- 打造正规军与专属客户群体；

#### 2、 梳理独有的思维

- 打造真正属于你的会议营销体系；
- 培养契合本企业实际的会销思维；

#### 3、 明确未来的方向

- 打破自我设限，设定中短期发展规划；
- 梳理接地气的企业产品推广规划（思路）；

#### 4、 落地方案的设计

- 根据企业实际设计落地方案（根据课时安排调整此环节内容）

本模块目的帮助学员梳理思路，强化意愿。老师会设置一个完整的场景（以企业

即将推广或正在热推的产品为主打，从会前如何准备、到会中具体环节实操、再到会后如何确保追踪效果，模拟结束后学员自评，小组自评，老师最后结语点评，最终完善整套落地实作流程），根据学员人数等进行微调，进行落地实作设计，以实现本课程的核心宗旨：学以致用，实作落地。本模块采用全员互动分块协作的模式。

#### 模块四：课程回顾与交流研讨