

《目标管理与时间管理》

(1天课时)

【课程目标】

目标管理：

- ※了解目标管理的构思，培养主动工作的意识
- ※把握目标管理的本质
- ※掌握目标管理的实施方法
- ※练习进行目标管理的能力
- ※学习结合目标管理的时间的管理方法
- ※如何应用目标管理方法是市场客户的精准定位

【课程特色】

- ◆ 百强企业的内训课程，世界五百强企业定购的必修课程。
- ◆ 结合中国特有的国情、企情、市情、人情，精心设计的课程内容。
- ◆ 针对企业存在的实际问题层层剖析，并以独特的“理论讲解+精准案例分析+小组讨论+体验式情景模拟+互动游戏+视频赏析”的激情授课方式展现给学员，以效果为导向，幽默风趣、通俗易懂、见解新颖、深入浅出、别具一格。

【课程大纲】

第一节：目标管理

- 1、目标的意义
- 2、目标管理的定义
- 3、97%的人不设定目标的原因

第二节：目标的设定与分解

※目标设定的范围

※设定目标的前提

※设定目标的 SMART 原则

※强烈的企图心

※目标一定要视觉化

※遵循以下步骤设定和执行分解目标

※一、提前设定目标(设定目标时间)

※二、坚持改进

※三、定期评估检查

设定目标让我们找到要去的终点，时间管理就是让我们规划如何到

达

第三节：时间管理

一、认识时间管理

二、你目前的时间是如何利用的

三、出色的自我时间管理

四、时间管理的好处

五、时间管理的重要性

1、如何找到浪费时间的原因

2、时间管理的原则

体验游戏：撕纸人生

第四节：用 SMART 标准提高效率

一、目标明确，行动才有效

二、目标管控，量化要到位

三、目标可实现才有执行力

四、大小可实现之间紧密相连

第五节：四个象限时间管理法——在正确的时间做正确的事

一、分清工作的紧急、重要，分类管理

二、如何设置不同等级的优先权

三、选择工作处理的最佳时机

四、“做正确的事”与“正确的做事”

时间管理不是让你做得更多，而是让你做得更好！

第六节：目标市场营销战略

1、 市场营销五大基本知识

- 认知市场营销
- 消费者购买行为分析
- 市场细分
- 市场定位
- 市场营销调研

2、 目标市场营销

- 目标市场
- 目标客户

第七节：目标管理与销售目标实现

根据现场沙盘模拟情况，结合实际工作，探讨如何通过目标管理手段进行市场定位，锁定目标客户实现最大效益。

第八节：现场答疑

现场互动回答关于目标管理的相关问题。