
与君一堂课，胜做千万单

——专为营销总监、销售总监、大区经理、销售骨干打造

【课程名称】 《销售管理与业绩完成》

【课程时间】 1天

【课程对象】 董事长、总经理、营销总监、销售总监、分公司（办事处）负责人、大区/省区经理、销售骨干等。

【课程特点】

- 1、完全根据客户需要解决的问题开发课程，一对一的个性化解决方案。
- 2、用数据反映问题，用事实剖析真相，用工具指导改正与全面提升。
- 3、场景真实丰富，每个人都置身其中，既是听众又是主角。
- 4、“大白话”的表达方式，3000个案例库的精彩对白，深入浅出地挖出营销与人的动力本质。
- 5、在关键节点问题把握与解决的基础上巩固、展开，做到点、面结合，思考升华。
- 6、没有理论、没有废话、只有收获；不忽悠、不造作，将培训效果提高到极致。
- 7、已有超过10万人听过樊老师的课程，对课程的实效性给予高度评价，被誉为“最接地气的培训”。

【课程大纲】

第一部分：营销的变化

- 1.1 营销是企业最核心的竞争力
- 1.2 今天的竞争又什么不一样？

第二部分：销售管理的团队组建

- 2.1 销售团队的角色组成
- 2.2 销售团队“将”的选择与要求
 - 2.2.1 “兵”与“将”的区别
 - 2.2.2 优秀管理者的五大特征
 - 2.2.3 “将”的职责与标准
- 2.3 销售负责人失败的原因
 - 2.3.1 五大组织原因
 - 2.3.2 十大个人原因

第三部分：销售管理的团队成长

- 3.1 团队竞争力的八维表现

3.2 高效能营销团队的八个指数

3.3 业务人员的培养

3.3.1 业务人员选拔成长的五个要素

3.3.2 树立科学的业务观

3.3.3 业务人员的上升、下降通道建设

3.3.4 围绕业务人员成长的各个阶段提供合适的培训

第四部分：销售管理的业绩完成

4.1 营销计划不能完成的五大原因

4.2 营销计划制定的十二个关键要素

4.2.1 营销计划制定的前提

4.2.2 营销计划的两个目标

4.2.3 通过业绩的八维分解找到完成业绩的关键步骤

4.3 营销人员业绩不能完成的两大核心原因

4.3.1 “面子”是业绩最大的障碍

4.3.2 “时间”是业绩的种子

4.4 大客户/项目的策划与资源整合

4.5 立体营销

4.5.1 产品包装

4.5.2 营销工具

4.5.3 设局与做秀

4.5.4 品牌故事

第五部分：销售管理的客户管理

5.1 客户报备/梳理要求

5.2 聚焦重点攻关对象

5.3 客户管理管什么？

5.4 客户的价值挖掘

第六部分：销售管理的行为管理

6.1 过程管理的重要性

6.2 业务过程管理的基本要求

6.2.1 周例会要怎么开？

6.2.2 述职应该述哪些内容？

第七部分：销售管理的风险管控

7.1 销售的两大风险来源

7.2 风险管控体系建立

.....

提问答疑交流