

《B2B 大区经理创新性运营与区域业绩增长》

课程教学大纲

课程名称：《B2B 大区经理创新性运营与区域业绩增长》

课程性质：内训

教学时长：一天

培训学员：大区经理

课程收益：1、市场布局好比对区域市场的指挥与实施，要对区域市场、区域客户、区域市场人口及流向有很强的洞察能力，合理调配资源、重点突破。

2、营销计划的分解与业绩增长

3、构建新型客户关系

4、团队激励与执行力

5、营销新思维与创新新营销案例解析

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习、现场互动以消化老师的课程内容。

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 30% 实战练习 30% 课堂互动 20%

重点案例 10% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与，采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，采取：提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答、让学员处在紧张、热烈、投入的状态中，老师讲授的观点简单实用，容易掌握、方便记忆，达到学完就用，而且用之有效。

④ 收集听课学员实际工作中的问题当做案例解析、回答学员的困惑答疑解惑、切实做到：干货满满、学以致用、实用落地。

喻国庆 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，历经各营销管理职位，有丰富的营销运营管理的实操经历、其中有十年的营销咨询师的积累，专注营销领域，其课程实战落地、理论系统。往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。

教学纲要：第一部分：区域市场布局与规划

一、头部企业及竞品分析

1. 竞争对手的选择

2. 竞争对手数据分析

3. 竞争对手的渠道策略分析

4. 竞争对手产品策略分析

5. 竞争对手营销策略分析

6. 竞争对手价格策略分析

7. 促销与动销分析
8. 客户关系分析
9. 团队战力分析
10. 投入产出分析
11. 案例：张经理的“手抄布局地图”
12. 案例研讨：接收一个区域如何画好作战地图

二、销量预测的方法

1. 行业增长率
2. 区域与人口数
3. 人口流动去向
4. 去年同期
5. 竞争环境
6. 爆款产品
7. 市场投入

第二部分：营销业绩地执行、检核及考评

一、营销业绩落地执行的氛围

- 1、责任第一，承担使命
工具：营销目标责任书
- 2、要放下包袱，克服畏惧
- 3、空杯归零，埋葬过去辉煌业绩
- 4、保持高昂的斗志和必胜的信念
工具：营销目标宣誓模板

二、业绩提升，应该做什么？

- 1、达成目标依靠平时打好基础
做到四勤：脚勤、手勤、口勤、脑勤
- 2、月初认真准备
 - √争取合理的销售任务
 - √把任务分解到具体的工作计划中
 - √确保资源到位
 - √工作必须突出重点
- 3、月中紧抓过程管理

三、抓住促使营销目标达成的三个关键点

1. 提前备
2. 中间分
3. 月底压

四、如何对营销目标进行有效的跟踪检查？

- 1、跟踪检查的目的是什么？
 - √激励——做正确的事
 - √控制——要注意纠偏
 - ✓ 溯源——找到不达标的原因
- 2、跟踪检查要遵循哪些标准？
- 3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？
案例研讨：任务量是如何分解的

第三部分：构建新型的客户关系

1. 客户拜访与签单的误区
2. 客户相处的6项技巧
3. 向客户的8大输出
4. 一张报表看清客户的经营
5. 关注客户盈利
6. 客户的分类与分层管理
7. 管理的“支、帮、促”
8. 客户的参与感
9. 客户的口碑传播
10. 客户的样板效应
11. 获得客户：挖掘潜在客户
12. 留住客户：维护现有客户
13. 激活客户：激活休眠客户

第四部分：营销团队的激励及执行力

一、团队的沟通与激励

1. 营销团队的黄金搭档
2. 新员工的“奶爸”管理制
3. 团队激励常用的方法
 - ✓ 及时鼓励
 - ✓ 样板示范
 - ✓ 信任放权
 - ✓ 比附效应
 - ✓ 多讲“小话”
4. 管理沟通的身体语言忌讳
5. 有效管理沟通的十条基本原则
6. 倾听的五个层次
7. “说”的技巧
8. 如何与上级沟通
9. 如何与同事沟通
10. 与下属沟通的原则
11. 沟通冲突处理

二、打造执行力

1. 什么是执行力

2. 树立执行意识
3. 为什么执行难
4. 执行对个人的影响
5. 如何形成执行的习惯
6. 执行难的深层剖析
7. 执行型员工的特点
8. 提高执行的思路
 - ✓ ABC 法则
 - ✓ 西点的军规
 - ✓ 执行的关键
 - ✓ 执行的步骤
 - ✓ 执行与目标
 - ✓ 执行的文化

第五部分：构建营销创新思维

1. 什么是全网营销
2. 新营销的三度空间
3. B2B 企业的产品传播
4. 创新思维及在营销中的运用
 - ✓ 横向思维
 - ✓ 逆向思维
 - ✓ 非线性思维
 - ✓ 时空思维
 - ✓ 结构思维
 - ✓ 合分思维
 - ✓ 共赢思维
 - ✓ 复利思维