

《高效运营与团队打造及业绩提升》课程教学大纲

课程名称：《高效运营与团队打造及业绩提升》

课程性质：公开课

培训学员：营销团队、经销商

教学时长：一天

课程收益：营销团队是业绩的基础保障，营销团队的组建存在着招人难、留人难、流动性比较大的特点，营销团队如何组建，如何调动他们的积极性、培养成合格的职业经理人。区域市场的业绩增长离不开厂商队伍的协同作战，厂家发挥产品和品牌的优势。商家做好当地市场开发、渠道终端引流、做到守土有责，1+1>2 在市场激烈的竞争中胜出。

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，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：

第一章：做好自己的市场的布局

一、市场运营的总体思路

1. 做好区域市场规划与布局
2. 自己在市场的定位
3. 竞争市场分析
4. 客户分需求分析
5. 市场分析的方法及工具
6. 销量预测管理
7. 做好计划和资源调配

二、提升经营思路

1. 注意资本在市场的作用
2. 互联网新经济的特点
3. 渠道的拓宽网点的管理
4. 整合资源的跨越发展
5. 平台化与员工的自我管理
6. 产品线的管理与利润增长
7. 品牌打造与附加值
8. 样本市场与区域扩张

第二章：营销团队建设与管理

一、破解招人难的困局

1. 人才对于营销的重要性
2. 错误的招人方法
 - ✓ 突击性招人
 - ✓ 季节性找人
3. 怎么才能招来人
4. 如何招的合适的同路人
5. 行业精英名录
6. 招来的人和现有的人才岗位重复怎么办
7. 新来的人职责分配

8. 经销商团队急需的三种人
9. 招来的人如何发挥作用
10. 其上马送一程
11. 如何洽谈薪酬
12. 新晋人才要高薪怎么办
13. 留人的几种方法
14. 如何处理好离职人员
15. 90后00后员工怎么管
16. 家族化企业公司化治理

二、优秀团队的打造

1. 团队建设打造优秀员工
2. 团队建设遇到的困惑
3. 什么是团队精神
4. 高效团队八种基本角色
5. 培养团队精神的四大关键
6. 培养积极的观念
7. 培养感恩等优秀文化
8. 建立包容、多元、积极的团队

三、公司化的制度打造

1. 公司化的组织结构
2. 主要部门和岗位设置
3. 各部门的岗位职权
4. 考核的主要内容
5. 底薪+提成的实施
6. 新员工的薪酬发放
7. 管理干部的激励方法
8. 员工的职业生涯管理

第三章：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
思考：诸葛亮为何挥泪斩马谕？
4. 保持高昂的斗志和必胜的信念
案例分析：某企业区域目标超额达成之谜
工具：营销目标宣誓模板

二、营销达成要依靠厂商协同的力量

1. 树立为团队荣誉而战的意志
2. 打造和谐的团队文化
3. 鼓励团队成员互相协作
天堂与地狱的故事
案例：湘军，成则举杯相庆败则拼死相救
4. 倡导团队成员彼此欣赏、彼此喝彩

5、摒弃英雄主义，打造精英团队

三、业绩提升，业务应该做什么？

1、达成目标依靠平时打好基础

- √市场研究：总把控
- √渠道细化：列菜单
- √产品分销：终端促销
- √客户拜访：做服务

做到四勤：脚勤、手勤、口勤、脑勤

案例：终端动销 10 大法则

2、厂家助销善于做好教练

- √职责：传道、授业、解惑
- √学会培训提升——训练
- 销售政策：口灿莲花
- √教给下属销售目标达成的技巧

销售技巧：二选一法则；分段达标

3、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

4、月中紧抓过程管理

- √抓住上半月
- √跟踪到位
- √及时调整策略计划

四、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

五、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？

- √确保目标
- √及时性
- √控制性
- √突出重点
- √明确性
- √讲求实际
- √行动快速

3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？

4、如何实施营销目标绩效奖惩？

- √实行绩效奖惩要注意的问题

√奖惩的方法

5、业绩考核的方法

√考核评估的 KPI 指标

√常用销售人员业务考核维度

√销售人员的提成及奖励设置

√销售人员业绩的评价