

---

## 《建筑营销经理的专业素质提升》课程教学大纲

**课程名称：**《建筑营销经理专业素质提升》

**课程性质：**企业内训/公开课

**教学时数：**两天

**课程简介：**每个企业的营销人员的素质都是参差不齐，营销团队人员的组成也是来自五湖四海，尤其是发展中的中小企业，营销团队人员的素质关系到企业形象，关系到公司的经营业绩，制约企业的规模和可持续发展，企业最大的成本就是没有经过专业化培训的员工。通过本课程的学习，可以提升员工的专业化、职业化的素养，使企业的营销团队焕然一新。

**教学目标：**通过本课程的学习可以使员工，知道公司化管理与个体作坊的区别，了解营销的专业知识，从一个单纯卖货的业务，变成一个熟悉市场营销体系的专业人员，

培养出员工优秀的商务礼仪、职业道德、职业心态、职业素养等。

**教学要求：**采用课堂讲授、课堂小组讨论、视频内容、体验式活动相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习和课后作业以巩固所学的知识。

**教学纲要：****第一部分：营销专业的基础知识**

1. 什么是公司
2. 公司的组织与部门
3. 优秀大公司的特点
4. 优秀员工的素养
5. 市场营销学的基础知识
6. 市场营销在互联网时代的变化
7. 市场营销的创新
8. 产品的内涵和外延
9. 产品的生命周期

**第二部分：优秀营销人员专业素养**

1. 优秀 SALES 具备的条件
2. 如何开好晨会、周会
3. 发扬“四千”精神
4. 如何做人
5. 营销人员素质模型
6. 自信心的塑造
7. 行销人员的必备知识
8. 如何写好一份报告
9. 学习能力
10. 时间管理
11. PDCA 工作法

---

12. 80/20 法则

13. 应数分解法

**第三部分：职业道德与良好心态**

1. 营销人员的职业道德
2. 岗位成才与职业规划
3. 感恩的心态
4. 分享的心态
5. 培养好的性格
6. 学习成长计划

**第四部分：打造营销执行力**

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. 建立执行的思路
9. 西点的军规
10. 执行的关键
11. 执行的步骤
12. 执行与目标
13. 执行的文化
14. 工具：ABC 法则

**第五部分：商业礼仪**

1. 什么是形象礼仪
2. 什么是第一印象，包括哪些要素
3. 化妆——点燃自己照亮别人
4. 微笑的魅力
5. 衣装礼仪
6. 整体性原则
7. 西装、衬衣、领带的搭配与细节处理
8. 男士四大禁忌
9. 优雅、绅士的走姿
10. 手势活动黄金框
11. 目光语
12. 对待自己要有卓越的形象价值
13. 职业形象设计
14. 职场常用礼仪规范

**第六部分：话术与沟通技巧**

1. 说话就是生产
2. 道是内功，术是外功

- 
3. 控情、攻心、驭神
  4. 控情：要达到什么演讲的目的就要控制相应的情绪（人之七情六欲）
  5. 攻心：同流同心，同心交流（利用心理共鸣进行演讲）
  6. 基本功之脑：有话可说，快速表达
  7. 基本功之嘴：语言的训练：清楚、有节奏、无毛病自然放松
  8. 基本功之态势：比语言还重要：眼神、手势、躯干、步伐
  9. 演讲的决定性因素：心态理解
  10. 言之有序表达清晰
  11. 方法之WWH:是什么、查原因、找方法
  12. 开场亮相的方法：开场不好等于白开场

### **第七部分：目标客户开发及挖掘**

1. 市场细分遵循的几个原则？
2. 市场调研数据的使用
3. 行业与区域市场形状
4. 如何精准确定我们的鱼塘
5. 寻找客户的方法有哪些
6. 客户分析的四个重点
7. 客户开发的十大误区
8. 寻找客户的十大方法
9. 如何让客户主动找我们
10. 案例：这张客户信息表的问题在哪里？
11. 工具：开户开发的十大思维
12. 工具：头头是道的运用

### **第八部分：商务谈判的技巧**

#### **一、谈判的准备阶段**

1. 确定谈判的目标
2. 团队角色的分配
3. 如何唱白脸红脸
4. 谈判中的三策
5. 如何拟定谈判议程
6. 如何评估谈判对手
7. 谈判者的核心技能
8. 如何营造良好的谈判氛围

#### **二、谈判的展开阶段**

1. 谈判遇到的障碍及对策
2. 如何破解对方的战术
3. 如何谈价
  - ① 定价与报价
  - ② 报价可以狮子大开口吗？
  - ③ 报价的五个前提
  - ④ 询价方式与忌讳
  - ⑤ 询价后的反应及应对措施
  - ⑥ 谈判中的压价方法

- 
- ⑦ 让价的注意事项
  - 4. 如何强化自身优势
  - 5. 面对的难题及其解决方法
  - 6. 如何强化自身的优势
  - 7. 解除客户抗拒的十种方式
  - 8. 卖产品不如卖方案
  - 9. 如何弱化对方的优势
  - 10. 握适当的让步策略

### **第九部分：客户的逼单技巧**

- 1. 搞定客户的四项基本原则
- 2. 客户成交预测五步法
- 3. 客户成交的“六脉神剑”
- 4. 成交的七大信号
- 5. 成交的二十二种方法
- ① 直接要求成交法 ②非此即彼成交法 ③最后机会成交法
- ④ 激将成交法⑤假设成交法 ⑥小点成交法
- ⑦ 保证成交法。。。。。。
- 9、案例：“倔唐总”是如何突破的
- 10、 工具：客户企业关键