

《竞争销售、费用管理、自我激励》课程教学大纲

课程名称：《竞争销售、费用管理、自我激励》

课程性质：内训

教学时数：学时 6 小时（1 天）

课程简介：竞争性销售就必须对市场的业绩落地业、绩提升、任务量分配，业绩增长需要有一个非常好的规划和执行的力度。

费用管理，“吃不穷、穿不穷、计划不到处处穷；有计划不乱，有预算不穷”这些都说明和费用的重要性，如何合理制定计划，营销费用又不超？

员工的自我激励是员工的职业修养和素质的体现，员工面对困难和挫折应该怎么办？如何看待付出和得到，只有一个心态非常好的员工才能成为一个优秀的职业经理人。

第一部分：竞争性销售

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

五、业绩增长的“三口锅”

1. 第一口锅：适销对路的产品
2. 第二口锅：给力负责的经销商
3. 第三口锅：专业的营销能力

第二部分：营销费用管理

一、费用的计划与预算

1. 企业运作以预算为核心
2. 营销预算在企业预算体系中的地位
3. 营销预算应该参与的部门
4. 营销预算常用的科目
5. 四种营销费用预测的方法
6. 盈亏平衡点的计算
7. 盈亏平衡点的分析
8. 营销预算编制的规定
9. 营销预算使用的管理规定
10. 案例：可口可乐的预算管

二、费用的管理

1. 费用的审批流程
2. 全员的费用节约意识
3. 费用使用的原则
4. 费用超支分析
5. 费用的超支的平衡技巧
6. 费用的使用监管

第三部分：员工自我激励

一、职业定位与修养

1. 三度修炼与人生产长
 - √ 态度决定命运
 - √ 气度决定格局
 - √ 底蕴的厚度决定人生的高度
2. 人生只为大事来
3. 企业是没有围墙的大学
4. 人生最后悔的事情
 - √ 辜负了青春好年华
 - √ 频繁跳槽败坏了个人品牌

5. 案例：员工住在城中村的遭遇
6. 任正非：为什么让谈战略的新员工离职

二、工作是什么？你在为谁工作？

1. 工作是什么？
2. 我为薪水工作,更为价值工作
3. 行行出状元!天下无做不好的行业,只有做不好的人.
4. 把职业视作生命的一部分
5. 别把眼睛盯在钱上，培养能力更重要
6. 要想让事情变好之前先要自己变好
7. 你是谁?你是你自己的老板
8. 你准备被谁主宰?
9. 优秀的员工，老板和普通员工的区别
10. 优良员工，老板和普通员工的区别
11. 在工作中实现自己的价值
12. 今天工作不努力，明天努力找工作

三、如何看待工作中的问题、困难、挫折

1. 问题是自己能力要提升的信号
2. 困难是雕刻机
3. 一切“灾难”都为最好的安排做准备
4. 挫折是你必须攻克的增长难关否则反复出现
5. 上帝关上一扇门，必定会打开一扇窗
6. 只要观念不滑坡 办法总比困难多
7. 案例：人生的第一份工作：三株药业的遭遇

四、如何看待付出，及应该如何付出

1. 机会来自准备及智慧——发现机会
2. 机会来自优异的表现——争取机会
3. 机会来自责任和勇气——创造机会
4. 在付出中成长的心态！
5. 成败都是必然——一切都是因果
6. 非凡的付出必有非凡的回报
7. 什么是钱？
8. 能力/付出和收入成正比
9. 不要把眼睛仅盯在钱上，看看其他的收获
10. 案例：曹操评价袁绍的启示
11. 案例：柳传志为什么会培养刚出校门杨元庆