

《农业服务创新赢得市场竞争的方法》课程教学大纲

课程名称：《农业服务创新赢得市场竞争的方法》

课程性质：内训

培训对象：管理人员/服务商

教学时长：一天

【课程收益】 企业营销每到达一个阶段后就会产生新的瓶颈，增长乏力，很抓执行力也见效甚微，主要是一些惯性的思维方式禁锢了我们的创新思维。切不可用“业务的勤奋掩盖了思想的懒惰”。没有自我创新就会被颠覆和超越。在全球经济一体化的今天，国有、随着新基建、新能源、工业互联网、大数据、云计算科技的到来，创新与改革迫在眉睫。本课程借鉴了国有企业、民营企业创新的案例，借鉴行业外的经营经验，用创新的思维引领市场，创造价值，用创新为企业带来效益，对每个学员有非常好的启示作用。。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，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，现场互动以消化课程的课程内容。

确保效果的培训方式

1 程时间分配：

理论讲解 40% 课堂互动 40%

重点案例 10% 工具使用 10%

② 整个培训包括案例分析、现场解答、影视片段等形式，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，学员可以系统地学习创性的理念、原则和方法，达到学完就用，而且用之有效。

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，又有十年的营销咨询师的积累，专注营销创新领域，其课程既实战落地又有理论高度。

教学纲要

第一章：互联网时代创新的解读

1. 互联网时代 6P 与 6C 的转变

1. 什么是全网营销

2. 市场的消费升级
3. 营销渠道的大变革：人网、天网、地网
4. 网红经济与短视频营销
5. O2O 营销模式
6. 营销变化的关联因素
- ✓ 商业模式的变迁
- ✓ 营销与资本的介入
- ✓ 营销工具的升级
- ✓ 消费者理念的更新
- ✓ 营销环境的三化:移动化、场景化、碎片化

第二章：农资服务转型的主要变革

1. 关注区域市场变化
2. 资料提供商转型为经营顾问
3. 对方的经营能力考察
4. 管理的人财物责权利
5. 对方的经营指标-业务即财务
6. 县社合作商的组织及人力资源
7. 家族化企业公司化治理
8. 新型的营销-直播带货
9. 工作的计划与管控
10. 对方需求的深度挖掘
11. 数字化在信息管理中的运用

第三章：县社转型过程用心沟通与效果

一、自我心态管理

1. 追求目标

- 1) 目标的价值
- 1) 工作为什么累？
- 2) 学会“投降”
- 3) 突破与冒险

4)同步就是快乐

1.积极正面

1)零售业特性

1)吸引力法则

2)感性与理性

3)“可能性”思维

4)想要还是一定要

2.拥抱结果

1)追求结果

1)尊重结果

2)改变结果

3.责任担当

1)责任者和受害者

1)机会是挑出来的

2)我是一切的根源

二、破除抗拒感的方法

1. 巧说反话，迂回攻心
2. 用一点压力促使对方果断下单
3. 欲擒故纵，表露不情愿心理
4. 小恩小惠好做大买卖
5. 让利改变对方的心理
6. 同理心使对方与你走的更近
7. 迎合对方的阶层意识
8. 用小话题掀起对方的情感大波澜
9. 案例：啰嗦型的对方影响工作怎么办
10. 工具：SPIN 销售法的运用

三、不同类型的县社人员心理分析及对策

1. 犹豫不决型人
2. 脾气暴躁型的人
3. 沉默寡言性的人
4. 节约俭朴型的人
5. 虚荣心强的人
6. 贪小便宜型的人
7. 滔滔不绝型人
8. 理智好辩型人

第三章：创新思维及在营销中的运用

1. 横向思维

1. 逆向思维
2. 非线性思维
3. 时空思维
4. 结构思维
5. 合分思维
6. 共赢思维
7. 复利思维
8. 创新的五化建设
 - ✓ 工作移动化
 - ✓ 数据产品化
 - ✓ 分析可视化
 - ✓ 管理要云化
 - ✓ 业务融合化

第四章：提高服务意识

一、创新服务与海底捞

1. 什么是创新服务
2. 海底捞的“变态”服务
3. 海底捞的“家、麻、权”
4. 家文化-员工以店为家
5. 对待对方如家人
6. 麻-将精神-团队协作
7. 牌掉地立刻有人帮助捡起来
8. 权-授权带动了员工服务创新
9. 授权提高了员工的满意度
10. 创新-场景化的服务

二、创新服务与胖东来

1. 好的商品是标配，好的服务是高配
2. 商超中多出的硬件服务设备
3. 服务传统温暖、传递真心
4. 服务的行业科学家
5. 服务极致-服务的差异化
6. 服务的细节体现

