

## 《新形势下，如何适应环境带领团队产生业绩》课程教学大纲

课程名称：《新形势下，如何适应环境带领团队产生业绩》

课程性质：公开课、内训

授课对象：营销人员、企业管理人员

教学时长：一天

### 【课程收益】

- 1、系统性、多方位的代理商管理与运营的知识；
- 2、代理商选择与考察的技能；
- 3、代理商的区域市场管理的焦点问题；
- 4、代理商赋能与激励保证营销任务的完成；
- 5、实操性的案例讲解、落地实用的工具运用保证了课程的实用性；
- 6、互联网时代新颖的管理运营理念、权威性的专业知识；
- 7、赋能代理商的进步与成长；
- 8、学员的短板补缺、现场答疑、学以致用；

### 【授课方式及效果】

① 程时间分配：

理论讲解 30% 实战练习 20% 课堂互动 20%

重点案例 20% 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：理论讲解、提出问题—头脑风暴-老师专业讲解-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、团队研讨等形式，讲授的观点实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

### 【教学纲要】

#### 第三章;代理商政策制定能力

1. 市场整体布局与规划
2. 账期与额度管理
3. 市场激励政策制定
  - ✓ 返利标准
  - ✓ 返利时间
  - ✓ 返利形式
  - ✓ 返利条件
4. 促销的对象与力度
5. 重点客户管理
6. 区域运作以预算为核心
7. 盈亏平衡点的计算
8. 构建利润梯度基于渠道模式的利润体系设计要点
9. 营销预算编制的方法
10. 工具：预算的“临界点”
11. 工具：月度营销指导书

#### 第四章：代理商任务目标拟定与分解

- 一、市场营销计划制定的主要方法

- 1.如何盘点自身资源
- 2.制定计划的 smart 法则
- 3.销售目标制定的策略组合
  - ✓ 产品线策略设计
  - ✓ 价格策略设计
  - ✓ 行业渠道策略设计

## 二、目标销量的分解

- 1.目标销量分解的主要参考依据
- 2.目标分解的主要因素
  - ✓ 落实到客户
  - ✓ 落实到时间
  - ✓ 落实到人
  - ✓ 落实到产品
  - ✓ 落实到价格
  - ✓ 落实到操作方案
- 4.工具：营销目标责任书
- 5.案例：某企业的渠道多元化

## 三、目标销量监督与执行

1. 销售目标落地，应该做什么？
2. 抓住促使销售目标达成的三个关键
3. 如何对销售目标进行有效的跟踪检查
4. 激励——做正确的事
5. 控制——要注意纠偏
6. 溯源——找到不达标的原因
7. 工具：复盘的使用方法
8. 德鲁克目标管理：MBO (Management By Objectives )
9. 案例：工作周报/月报的分，

## 第八章：代理商团队管理

### 一、优秀团队的打造

1. 什么是团队
2. 团队建设打造优秀员工
3. 团队建设遇到的困惑
4. 什么是团队精神
5. 高效团队八种基本角色
6. 培养团队精神的四大关键
7. 培养积极的观念
8. 感恩的心态
9. 有一颗包容的心
10. 职业生涯规划

### 二、沟通与激励

1. 管理沟通的九个要素
2. 有效管理沟通的十条基本原则
3. 倾听的五个层次
4. 沟通积极的身体语言技巧

5. 如何与上级沟通
6. 如何与同事沟通
7. 与下属沟通的九大原则

### 三、打造营销执行力

1. 什么是执行力
2. 如何形成执行的习惯
3. 执行难的深层剖析
4. 建立执行的思路
- ✓ ABC 法则
- ✓ 西点的军规
- ✓ 执行的关键
- ✓ 执行的步骤
- ✓ 执行与目标
5. 案例：湘军，成则举杯相庆败则拼死相救