

总经理如何制定销售目标与绩效管理

课程对象：总经理/数据营销经理/销售经理

主讲老师：马诚骏

课程时间：2天

授课模式：导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

课程大纲：

第一章节：汽车经销商面临的改革与全新挑战

1、基于客户体验满意的服务创新理念

- 分析市场营销向服务营销的转型，
- 买卖双方市场决策变化的转型，买方有了更多话语权。
- 客户的满意度关注点解析
- 客户关系与客户满意度的服务营销

2、基于客户交互关系的客户管理创新理念

- 互联网下的客户关系维系
- 客户与企业之间的关系分析图表
- 客户参与的全新经销商管理理念的发展分析
- 如何建设互联网的客户关系新模式（天地人）

3、基于数据化分析的管理模式创新理念

- 如何处理微利化时代的精细化管理策略
- 如何设计精细化管理的流程与制度管理
- 如何推进经销商的四个化管理（标准/制度/流程/数据）
- 客户管理数据与 KPI 分析，数据化的收集与管理

4、基于客户价值链延伸的商业模式创新理念

- 全价值链的商业模式分析
- 金融、保险、养护的创新模式分析
- 以客户为中心的延保与质保的流程分析
- 客户全生命周期的关系维系与 CRM 管理

第二章节：如何做好汽车经销商的目标管理与分解

1、经销商商务政策解读与销售目标政策制定

- 根据集团的考核制定年、月、周目标。（案例分析）

- 月目标分解，市场与销售之间的关联性解析
- 如何监管市场目标制定策略与公示制度
- 销售顾问的个人目标值分解与完成计划表
- 如何建立看板制度管理，使目标可视化管理。

2、经销商销售运营核心数据的管理

- 建立销售 KPI 流程图，实时监控（客户信息留存率、邀约进店率、展厅成交率、任务完成率、客户战败率）
- 每一个销售 KPI 公式说明怎样的管理问题，应如何解决与应对
- 销售顾问的三表一卡的使用和数据管理技巧
- 运用绩效考核的模式激励销售顾问对数据的重视程度

第三章：经销商的运营绩效管理分析（案例互动分析）

1、什么是绩效管理

- 汽车经销商绩效管理的核心定位
- 绩效管理的核心内涵

2、销售部的绩效设定与执行

- 销售经理的绩效制定方法分析
- 展厅经理的绩效制定方法分析
- 销售顾问的绩效制定方法分析
- 数据员的绩效制定方法分析
- 库管员的绩效制定方法分析
- 网电销主管的绩效制定方法分析
- 网电销专员的绩效制定方法分析

3、销售部的绩效设定与执行

- 市场经理的绩效制定方法分析
- 市场专员的绩效制定方法分析
- 策划专员的绩效制定方法分析

4、绩效的基本数据库建设

- 各部门之间的结果指标制定标准
- 各部门过程指标库建设标准
- 各部门品行指标库建设标准
- 评定系数的设定标准分析

第四章：如何打造狼性的销售团队

1、团队建设的五个核心要素分析

- 选：如何选到合适的人才，招聘与职业规划分析
- 育：如何定职定岗，推进培训的进程管控
- 用：如何挖掘特长，把合适的人放在合适的位置上
- 留：四种留住人才的方法（事业／环境／情感／利益）
- 退：如何精简团队，提升核心竞争力

2、狼性团队建设标准分析

- 狼性团队的基础是什么？
- 如何升华狼性团队，创造更高价值。
- 狼性团队的三个核心特质分析