

麦德龙管理进阶工作坊

本次课程采取授课+共创的工作坊模式，由老师带着大家一起完成管理流程里面的全部体系梳理以及话术输出，所有的内容均是对应着企业的具体工作场景，以保证做的内容能够最终落地，并且给企业以后培养新人予以很好的体系模板。

本次培训的目的：让大家掌握整体化的销售逻辑和思维，通过共创让团队好的经验和话术可以快速复制给每一个人。以及让管理者对过程的跟进更加有方向。

第一部分：搭班子

1. 岗位胜任力模式：制作团队基础岗位的胜任力模型，对基础岗位的工作进行定量和定质，让团队清晰自己的工作饱和度
2. 培养机制：培养销售冠军以及团队的管理接班人应该如何培养 如何设计有效的晋升机制和标准 管理者在培养人的过程中应该注意哪些事项 管理应该一视同仁还是因人而异
3. 培训体系搭建：如何设计每个岗位最核心要掌握的培训体系
4. 人才识别：销冠都具备什么特质 能够做管理者的人具备什么特质 如何跟把自己对人才的确切画像清晰的告知 HR 团队，并且一起招聘到合适的人才
5. 面试判断：我们对人才更看重的是过去，现在，还是他的未来？人才的三大冰山如何了解：价值观+目标+能力 面试就是一个打假过程，如何避免求职者的面试谎言 更接地气的面试方式应该如何设计
6. 试工流程：新人试工的 2 大维度 新人试工的核心流程设计 如何做好师徒传

承制，让新人更好的成长

第二部分：用户体验的提升

1. 提升服务意识必须具备的三个要素
2. 懂用户：学会以客户视角看问题，并站在客户角度重构月子中心的文案以及宣传语和介绍册
3. 减轻客户的费力度：没减少客户的一个费力度，客户的体验上升 10%，重新设计月子中心的客户签约以及体验过程，让客户体验增加
4. 按灯机制:如何把按灯机制用于月子中心，让影响客户体验的问题及时得到反馈以及解决重视。（案例分享：海底捞+亚马逊+西贝）
5. 如何开好 VOC 会议的流程：用户声音如何在会议中确保被听见，如何保证高层都能听到一线的炮火声
6. 峰终定律：如何利用峰终定律，来提升用户的体验感（案例分享：迪士尼+海底捞）

第三部分：业务管理三板斧：定目标-追过程-拿结果

1. 定目标 如何给销售团队设计科学的过程目标 怎么样把销售的生活目标和公司目标关联起来
2. 追过程 日过程：销售团队每天如何写日报 如何追踪销售团队每天的过程 如何确保销售团队今日事今日毕
周过程：每周如何看销售团队的核心客户转化率 每周如何把业绩最好的人经验分享复制 每周如何帮业绩最差的人提升起来 销售团队周报如何写
月度复盘：每个月如何进行月度复盘 月度评价如何给每个人评分
季度绩效面谈：季度如何对团队进行 2-7-1 的打分 如何给不同的人做绩效面

谈

3.拿结果

需求挖掘：挖掘客户需求的精准话术

案例讲解：讲好成功案例的结构公式

信任基础：破除客户担心的信任感建立公式

话题设计：不同角色应该聊什么话题

逼单技巧：临门一脚应该如何让客户想签单的流程 如何把优秀人才的经验快速

复制给所有人

如何通过 PK，让更多的人可以业绩爆发