

《高潜人才营销管理能力提升特训营》

高云鹏 老师

课程背景

本课程，是专门为营销团队中层管理干部、储备人才定制化开发的训练营课程。旨在全面提升高潜力人才的管理素养与营销水平。通过为期“两天两晚”（可压缩至两天一晚）的高强度、高互动、高收益学习，让学员真正成为课堂的主角，实现团队的快速融合，战斗力迅速提升之目的

课程收益

- 1、让管理者掌握个人及团队心态与情绪压力管理的实用方法，始终保持良好工作状态
- 2、让参训人员系统化掌握管理者必备职业素养与实用管理方法、工具
- 3、学会常用的消费者心理学知识，并能结合实战应用
- 4、将客户体验、客户服务、场景营销的系统知识，与日常经营场景相结合，从而提升终端生意
- 5、通过全员的实战展演，将两天所学知识进行系统复盘分享，并制定后续行动计划

课程现场



一、特训营开营仪式

- 1、开营致辞
- 2、营规宣导
- 3、团队建设与个性化展示
- 4、开营仪式
- 5、微拓展——高楼万丈（桌面搭建拓展游戏+收获分享，增强团队信任、凝聚力）

二、卓越管理者的“心态管理”必修课

1、认识自己、了解情绪

- 情绪是怎么产生的
- 情绪的分水岭是什么
- 互动游戏：情绪感染

2、如何让好的情绪产生动能

- 正面情绪的产生方式
- 正面情绪的力量



- 正面情绪如何保持
 - 正面情绪如何产生连锁反应
 - 正面情绪在团队内的传导
- ### 3、负面情绪如何管理
- 负面情绪的产生：压力/焦虑/懈怠/亢奋/孤独/自卑/迷茫
 - 八种常见负面情绪的应对
 - 情绪管理金字塔

4、成熟管理者的“十大必备心态”（含案例解析）

第一心态:积极的心态 /第二心态:主动的心态/第三心态:行动的心态/第四心态:自信的心态

第五心态:双赢的心态/第六心态:给予的心态/第七心态:包容的心态/第八心态:学习的心态

第九心态:老板的心态/第十心态：服务的心态

三、高绩效团队管理者的必备职业素养

1、领导者与管理者的区别

2、管理者个人 IP 塑造

- 互动：管理者画像

3、向上汇报向下管理的要义

4、以身作则的价值

5、任务的分解与布达达

6、监督与控制

7、改进与提升

四、高绩效团队的凝聚力打造

1、团队氛围与士气管理

- 团队因何出现不良氛围
- 团队氛围如何引导
- 提振士气，不是喊口号
- 团队氛围与士气管理的三种路径

头脑风暴：我是氛围管理师

2、团队的“希望管理”

案例分析：优秀团队如何塑造希望

3、相信的力量

4、团队成就与个人收获的协同

5、我，为谁而战

6、高绩效团队如何实现自发互助

7、团队的使命/文化/价值观

五、高绩效团队的目标管理

1、团队目标与个人目标的同向性

2、目标的制定 (SMART)

实战演练：靶向目标制定

3、目标任务的科学分解与指导

4、PDCA 在管理中的高效应用

5、高绩效团队如何做好目标执行过程管理

6、目标的修正与精进

六、高绩效团队的管理方法与激励制度

1、管理的准则，应该对人，还是对事？

2、高绩效团队管理的五项铁律

3、面对 90 后、00 后如何利用“轻管理”模式

- 软乎冲突
- 淡化权威
- 强化边界

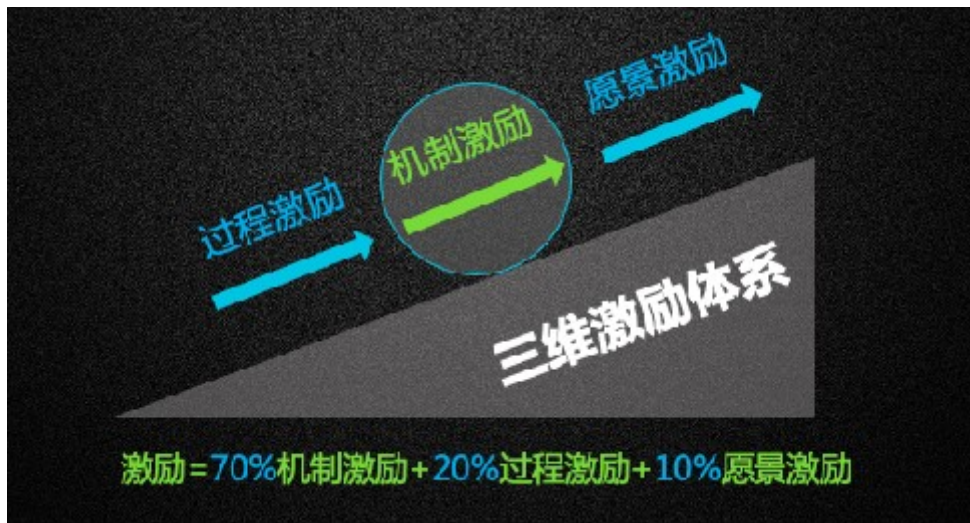
4、90 后、00 后管理的四个难点

5、90 后、00 后管理的四个方向

6、90 后、00 后管理的九个多、九个少

7、从马斯洛需求理论看激励机制的有效性

8、三维激励体系如何设计与应用



9、管理不能靠“自觉”

10、如何发掘员工的“自我驱动力”

实战演练：重构我们的激励思路

七、复盘总结与行动计划

1、复盘四步法

- 第一步：回顾目的
 - 当初做这件事的目的是什么
 - 目的的根本/初心是什么
 - 围绕目的的目标是什么
- 第二步：评估结果
 - 亮点（与原来目标相比）
 - 不足（与原来目标相比）
- 第三步：分析原因
 - 成功关键因素（客观因素为主）
 - 失败根本原因（主管原因为主）
- 第四步：经验总结
 - 经验萃取与内化
 - 行动计划：新目标/新举措/叫停/继续

2、对目前工作的总结复盘、下一步行动计划制定与分享（第一天晚上的重点互动内容）

DAY 2 营销心理学/客户体验/场景营销

一、销售的四大问题

- 1、销售过程中销的是什么？
- 2、销售过程中售的是什么？

- 3、买卖过程中买的是什么？
- 4、买卖过程中卖的是什么？

讨论：4大问题如何应用到现在销售场景中

二、销售人员的心理分析

- 1、你为什么做销售？
- 2、销售人员的五大心理问题
- 3、销售的三种境界

案例分析：我们的销售段位是青铜还是王者

三、客户购买心理分析

- 1、客户为什么购买？客户购买的是什么
- 2、客户购买驱动力背后的六大心理问题
 - 你是谁？
 - 我为什么要买？
 - 我为什么在你这买？
 - 我万一吃亏了怎么办？
 - 我为什么要现在就买？
 - 我为什么要在你这里再买？

练习：寻找购买驱动力

- 3、不同类型客户的应对策略
 - 老虎型客户应对技巧
 - 孔雀型客户应对技巧
 - 猫头鹰型客户应对技巧
 - 考拉型客户应对技巧

四、建立客户关系—让我们和客户走得更近

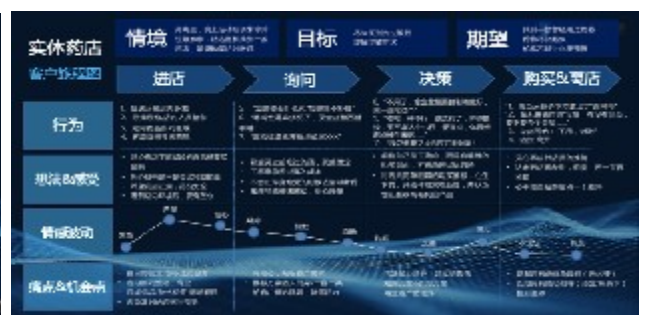
- 1、如何让客户喜欢你？
- 2、客户喜欢有特点的你
- 3、客户喜欢和他相似的你

练习：评价你的伙伴

- 4、正确的塑造产品价值
- 5、消除客户疑虑——找出客户说“不”的原因
- 6、互动：FABE 推荐法实战应用

五、客户体验管理与服务改进

- 1、客户体验优化
 - 客户视角下体验的五个维度
 - 人性与反人性的体验
 - 客户旅程图（客户体验地图）



- 互动：经营现状下的体验优化

2、客户服务改进

- 从海底捞到胖东来，我们离服务的标杆有多远
- 同行能提供的，都叫义务，不叫服务
- 客户预期管理 服务=超预期
- 客户服务意识的激发 主动&被动服务
- 如何杜绝客户服务的形式主义
- 同理心的客户服务如何养成

六、场景营销与营销创新

1、场景的力量

2、场景销售思维

产生联想/激活好奇/销售希望/塑造优越/提供解决方案

3、场景氛围的销售促动

4、互动：场景营销迭代方案制定（第二天下午互动重点）

- 实战展演：以小组为单位，全员参演。模拟实战场景，结合营销心理学、客户体验与场景营销知识，进行迭代方案展示（每组 10-15 分），评委点评

七、结营仪式

- 1、学员收获分享
- 2、办法证书
- 3、颁奖仪式
- 4、领导结营致辞
- 5、合影