

破解营销密码 轻松带兵打仗

NLP 企业高管应有的营销思维和方法

主讲：朱天佑导师

一、课程背景：

面对 VUCA 时代的挑战，企业高管不能“两耳不闻窗外事”，务必具有领先市场的营销思维和方法论，用智慧和前瞻为企业发展保驾护航。

二、课程目标：

- 1、深度理解中高层在营销管理上应有的理念和作为；
- 2、掌握前沿的营销理论和营销方法；
- 3、掌握先进的营销管理及营销带兵打仗的方法。

三、课程特色

- 1、专业：全球 500 强企业数十年实践检验、论证
- 2、实战：中国本土企业实地操刀运作，积累大量一手经验
- 3、有效：重方法、重工具、重实操，是技术的系统运用，非理论灌输

四、参训人员

企业高管

五、课程时间

3 天（18 小时）

六、课程大纲

第一讲：VUCA 时代的挑战及企业高管的定位与职责

- 1、VUCA 时代的特征及给企业带来的影响分析
- 2、企业高管定位与职责的“五道”

【案例】华为高管的营销定位

第二讲：企业高管应有的营销思维

- 1、基础营销理论
- 2、VUCA 时代的高管营销思维
- 3、VUCA 时代的企业营销管理探寻

第三讲：企业高管的营销策划

- 1、野马汽车营销的启示
- 2、自我疏导
- 3、中外融合
- 4、顶层设计
- 5、调兵遣将
- 6、流程管理
- 7、员工激励
- 8、目标管理

【案例】美国野马汽车的成功营销

第四讲：高管营销管理实战

- 1、 5R 成功营销法
 - (1) 重定焦点
 - (2) 重定立场
 - (3) 重定因果
 - (4) 重整
 - (5) 重编程序
- 2、 五大营销管理系统
 - (1) 日常管理系统
 - (2) 人员招募系统
 - (3) 培养辅导系统
 - (4) 营销支持系统
 - (5) 绩效管理系统
- 3、 顾问式销售系统
- 4、 五大营销管理工具

第五讲：高管营销智慧

- 1、 客户思维
- 2、 员工思维
- 3、 利他思维

第六讲：课程复盘与总结

- 1、 课程总结
- 2、 90 落地行动计划

- (1) 九芒星解析
- (2) 九种性格与三个中心
- (3) 九型人格的变与不变
- (4) 九型人格的应用及注意事项

【案例】九型人格与斯坦福大学

【工具】行为层次图；九芒星图

第三讲：不同型号人的特点及优劣势是什么？

- 1、各型号特征概述
- 2、各项号的性格优势以及性格局限
- 3、各型号的典型特征
 - (1) 体型
 - (2) 气场
 - (3) 眼神
 - (4) 能量
- 4、各型号代表人物分析(照片)

5、各型号的代表动物

【案例】各型号代表人物

第四讲：如何通过望、闻、问、切，快速识别客户性格类型？

1、学员型号“天佑九型 AI 测试”测试及分析（现场）

2、型号辨别现场练习

- (1) 通过体型来识别
- (2) 通过眼神来识别
- (3) 通过能量来识别
- (4) 通过排除法来识别。

2、通过望、闻、问、切快速识人

3、如何识别客户的型号

- (1) 通过体型识别
- (2) 通过眼神识别
- (3) 通过语言识别

4、如何识别客户是外向还是内向？

5、如何识别客户的能量(高、中、低)？

【工具】“天佑九型”AI 测试

【练习】1“天佑九型”学员型号 IA 测试

【练习】2：练习用肉眼判断他是谁，知己知彼、百战不殆

第五讲：如何销售不同性格类型的客户？

1、销售难点分析

- (1) 个人角度
- (2) 需求角度
- (3) 购买角度
- (4) 营销角度

【案例分析】张总的计划

2、如何针对九种不同型号的客户进行销售

- (1) 不同型号客户保险方案呈现方式
- (2) 不同型号客户的面谈技巧

A、面谈场景选择

B、面谈焦点

C、面谈的语言选择

- (3) 不同型号客户的促成技巧

【课堂练习】如何将本公司产品卖给九种型号的客户？

第六讲：销售人员如何利用好自身性格做好销售？

1、各个型号在销售上的优势、盲区及规避方法

- (1) 各型号的销售优势区
- (2) 各型号的销售盲区
- (3) 各型号对应的规避方法

【案例分析】为什么小张的客户久攻不下？

2、不同型号团队成员销售激励技巧

- (1) 各型号销售人员的激励特点
- (2) 各型号销售人员的激励技巧

【课堂练习】小李的生日

3、自我修炼，提升销售技能

- (1) 各型的销售盲区、优势区
- (2) 各型学习的对象及成长方向

Q&A：现场答疑