

《完美促销动作全解》课程介绍（2天）

第一、新零售下促销现状分析

行业的促销现状分析

【案例分析】王老板全年促销的心酸

常见促销的五大误区

常见促销的六大现状

顾客对促销四个认识

第二、完美促销打好三大战役

第一战：推广宣导精准集客→诱敌深入

获取精准业主信息的两大方向：

线上推广：

线上营销宣导引流

四个绝招自媒互动

线下推广：

获取业主信息的十个策略

促销活动宣导的两个目的：

广而告之+提前锁定

提前锁定两种方式：

-当面邀约锁定：

当面邀约遇到的几类人群

不同人群的应对话术设计

-电话营销锁定：

电话营销的现状分析

心态修炼与时间把控

话术设计与突破技巧

-微信爆破锁定：

微爆锁定成功前提

微爆活动重在造势

微爆活动重在利益

第二战、策划执行引爆现场→一网打尽

一、促销策划之北斗七星：

1、促销目的：

促销活动六大目的

2、促销对象：

不同对象消费力对比

【工具分享】业主信息统计表

3、活动目标：

影响目标四大因素

4、活动时间：

顾客能够来是关键

5、活动主题：

衡量好主题四个标准

设计好主题六个要素

【现场练习】判断促销主题的好与坏

6、活动内容

内容设计的原则：

市场竞争分析：对手？策略？

产品角色分析：五类产品角色

礼品策略设计：礼品作用分析

方案设计五个关键：

让更多的人来

让更多人留下

让更多人愿买

让人买的更多

让人愿转介绍

常见优惠方式全解析：

折扣：直接与间接？优劣势？

买赠：礼品策略？力度控制？

特价：什么产品特价？转单？

抽奖：抽奖形式？氛围控制？

7、费用预算

促销活动五大费用项目

活动费用的使用的标准

二、促销执行之约法三章：

1、士气鼓舞

◆ 计划总结建制度

- ◆ 奖励激励定方案
- ◆ 培训学习交流畅
- ◆ 现场练习拿单稳

【工具分享】军令状+对赌协议

终端布置

从顾客角度作分析

氛围营造四大要素

【工具分享】终端布置物料明细表

过程控制

分工明确合作到位：

搭建活动组织架构

【工具分享】集客宣导计划总结表

过程监督控制到位

拟定活动监督机制

建立促销会议制度

【工具分享】活动过程事项明细表+每日集客标准汇报模板

第三战、后续跟进持续发力→各个歼灭

促销结束后的现状分析

活动结束后必做的两件事

四步秘诀实施各个歼灭：

统计数据→分析原因→对症下药→各个击破

【工具分享】促销活动详情统计表