

提升销售总监的关键能力

主讲：林安

课程背景

为了适应业务发展与日益加剧的竞争，企业将实现规范的市场与组织运作，以提升竞争力，促进业务长期问题发展。因此，企业对营销总监提出了更高的经营管理能力要求。

培训收益：

企业收益：提高各个省区的销售能力。

学员收益：掌握洞察市场的模型，建立渠道开发的结构化思考，掌握端到端的销售环节与管理方法，掌握高绩效团队的管理方法，了解“铁四角”的运作与协同

课程特点：

授课 40%+讨论 30%+案例 20%+视频 10%

参训对象：营销总监

培训时长

2天（6小时/天）

课程大纲

一、 规范化地洞察市场

- 1、市场洞察的关键要素（Pestal 模型）
- 2、动态与静态结合来洞察市场
- 3、不仅洞察企业同业间的竞争，也要关注客户之间的竞争
- 4、案例：华为市场洞察的运作及其规范性
- 5、讨论：对以上所学内容感受最深的有几点？我们的市场洞察有哪些关键问题？应如何解决？

二、 渠道开发

- 1、企业、渠道、与最终客户的关系与运作
- 2、发展渠道的基本原则
- 3、不同的业务场景对我们拓展渠道的要求
- 4、渠道拓展的主要方法
- 5、渠道与企业的角色分工
- 6、案例：华为渠道管理
- 7、讨论：对以上所学内容感受最深的有几点？我们的渠道开发有哪些关键问题？应如何解决？

三、 理解端到端的销售阶段

- 1、理解市场是基础
- 2、端到端的销售阶段具体环节
- 3、每个环节的内容展开、关键问题基处理、案例、交流
- 4、案例：“做客户的拐杖”
- 5、讨论：对以上所学内容感受最深的有几点？我们端到端的销售运作有哪些关键问题？应如何解决？

四、 高绩效团队的建设与管理

- 1、高绩效团队的标准
- 2、建设与管理高绩效团队的关键要素（APIGA 模型）

-
- 3、情境领导力
 - 4、案例：华为高绩效团队的建设与管理
 - 5、讨论：对以上所学内容感受最深的有几点？我们高绩效团队建设与管理有哪些关键问题？应如何解决？

五、 “铁四角”的运作与管理

- 1、“铁四角”的角色定位
- 2、“铁四角”职责模型研讨
- 3、“铁四角”各角色在市场拓展不同阶段的参与程度
- 4、协同
- 5、项目“铁四角”的利益分配
- 6、“铁四角”的管理
- 7、案例：华为的“铁三角”运作（与“铁四角”运作原理一致）
- 8、讨论：对以上所学内容感受最深的有几点？我们的“铁四角”运作与管理有哪些关键问题？应如何解决？

六、 总结

*****END*****
