

# 铁三角角色认知和协同运作管理

## 课程背景

时代在进步，企业之间的竞争越发残酷，最终能存活下来的一定是深刻理解客户需求、持续为客户创造价值，同时又善于运用资源的企业。铁三角的精髓是为了目标而打破功能壁垒，形成以项目为中心的团队运作模式。熟练运用铁三角兵法，在前线一发现目标和机会时就能及时发挥作用，提供有效的支持，企业的整体资源才能高效协同。然而，许多企业销售部门并没有运用到铁三角运作，以至于面临着以下的困惑——

如何增强团队作战协同能力？

如何跳出不同部门各自为政的框框，有效解决内部沟通不畅的问题？

如何确保满足客户需求，顺利完成交付？

如何创新改造基层组织作战方式与作战能力？

## 课程目标

针对的是大客户，大项目，销售铁三角以及项目运作的分析技巧非常重要。本课程，将讲述铁三角之方法，成功案例，和运作机制及原理，做到不仅知其然，还要知其所以然。从而更好的帮助学员理解，并能够借鉴其原理来打造自己的销售铁军。

## 课程对象

营销总监、大区经理、分公司总经理、销售团队负责人、资深销售骨干、营销骨干等

## 课程时间

2天

## 课程方式

授课 40% (互动引导) +小组练习 20%+现场模拟演练 40%

## 课程大纲

### 第一部分 “铁三角”对企业营销团队建设的启示

- 一、企业一线作战团队中常见问题与困惑
- 二、“铁三角”的成功实践
- 三、不同行业一线“铁三角”的基本模式和常见问题

### 第二部分 铁三角是什么

- 一、什么是铁三角？
  - 二、铁三角的能力阶段
  - 三、企业一线作战团队中常见问题与困惑
  - 四、铁三角组织的独特价值
1. 营销业务体系框架以及铁三角价值呈现
  2. 提升能力捕捉市场商机
  3. 团队作战模式确保项目成功
  4. 铁三角对营销体系流程化建设的价值

### 第三部分 企业如何对症下药，落实“铁三角”的核心价值

- 一、行业转型考验企业营销能力：营销业务框架和成熟度对标
- 二、发现机会：扩大机会来源，实现精准营销
- 三、管理机会：提升客户管理水平，满足客户价值需求

四、 把握机会：团队协作，高效完成商机管理，达成市场目标

五、 企业案例与研讨

#### 第四部分 “铁三角”的组织设计原则——目标导向和资源有效利用

一、 一线“铁三角”的设置原则

二、 “铁三角”的组织职责和阶段职能转化

三、 “铁三角”的岗位设置与能力要求

四、 “铁三角”的考核激励

#### 第五部分 前后高效协同的组织模式

一、 从一线“铁三角”向后梳理的营销体系架构

二、 有效授权高效协同的管理机制

三、 主要协同工作流程框架（案例与研讨）

#### 第六部分 交付中心跟踪服务，兑现满意

一、 客户业务上满意

二、 情感满意

三、 关系建构满意

（全文完）