

顺丰物流地产市场营销培训大纲

培训目的：

根据企业面临的多行业客户需求，了解各行业的诉求、痛点，有针对性的扩大业务知识，提高专业素质、提升销售技能。尤其是能够掌握拓展客户资源、谈判的规范操作程序等方法，通过供需关系合理处理方法，使销售技巧发挥更大的效用。

培训对象：

市场部、销售部相关人员。

培训课程：

课前沟通：相互介绍，相互了解

第一部分：市场营销的理解

- 一、营销理论详解
- 二、深刻理解四句话
- 三、市场-营销-销售的逻辑
- 四、市场营销的三大基础理论
 - 1、系统工程论
 - 2、二律背反论
 - 3、边际效益论
- 五、销售的三大认知偏见
- 六、人生最怕.....
- 七、销售三件事儿
- 八、她是谁？
- 九、是什么打动了她？
- 十、如何找到他？
- 十一、谈客户的逻辑
- 十二、营销的最高境界
- 十三、市场营销到底卖的是什么？

第二部分：我国物流地产现状与未来

- 一、标准干仓的供需现状
- 二、标准冷库的供需现状
- 三、物流地产的客户简单介绍
- 四、物流地产的未来状况

第三部分：物流地产市场营销实务分析

- 一、顺丰物流地产的定位研讨

二、三方物流板块

- 1、三方物流定义及特点
- 2、三方物流市场典型案例分析

三、零售快消板块

- 1、零售快消市场特点
- 2、连锁企业市场介绍
- 3、FMCG市场的特点和趋势、案例分析
- 4、新消费市场的特点和趋势、案例分析

四、电子商务板块

- 1、传统电商市场的现状和趋势、案例分析
- 2、跨境电商的现状和趋势、案例分析
- 3、云仓的现状和趋势、案例分析
- 4、新零售市场板块特点和趋势、案例分析

五、医药冷链板块

- 1、医药冷链的现状与趋势
- 2、医药冷库的现状与趋势

六、总结：市场营销过程中的关系管理

(一)、关系和过程利益相关者

- 1、利益相关者需求
- 2、利益相关者管理
- 3、战术关系与信息交换

(二)、关系生命周期管理

- 1、关系周期
- 2、巧用商业矛盾
- 3、冲突管理

(三)、客户选择及关系处理

- 1、客户评价的目的
- 2、客户评价的方法

(四)、客户分级及层次关系管理

培训方式：

讲授- 启发式、互动式教学- 小组讨论- 案例分析
讲师幽默、丰富的实践经验，形成良好的互动效果

培训时间：

上午：9:00-12:00
下午：13:30-17:00