

会议营销和招商会议运营

课程背景：

会议营销以其固有的模式和独特的魅力，正成为当下各行业非常流行的营销模式。

“会议就是业绩、会场就是战场。”保险、培训、直销等行业离开会议可以说很难发展。会议营销在美容美发、健康产业、投资创业理财、产品和服务营销等行业得到广泛运用。

本课程则通过大量的丰富的实践向企业展示了会议营销的种类，最重要的是解密了会议营销各个环节的关键和运作方式。帮助企业及销售团队高效展示其产品和服务，提升销售业绩。

课程目标：

- 1、详细阐述会议营销管理的操作精髓
- 2、分析会议营销管理内训的经典个案
- 3、掌握会议营销管理的技能提升方法
- 4、会议营销管理培训的实战模拟练习
- 5、引爆会议营销管理潜力的行动方案
- 6、了解谁是决定购买的人
- 7、深知“找对人”的重要性
- 8、简单易懂，操作性强，学员可以学以致用

课程时长：2天

课程对象：

总经理、销售经理、营销总监、市场策划人员、销售员、想导入会议营销的企业的各级经理人员等

课程大纲：

第一章 关于会议营销

- 1、什么是会议营销？
- 2、会议营销的类型
 - (1) 展会（举例：高交会、文博会、车展、房展等）
 - (2) OPP 创业说明会（例如：安利、完美、天狮等）
 - (3) 新产品发布会（例如：苹果手机、锤子手机）
- 3、什么产品适合做会议营销（具备以下条件）

- (1) 新上市的产品（需要概念引导）
 - (2) 一对一销售教困难的，需要借助专家的力量
 - (3) 比较容易产生现场购买行为的
 - (4) 决策过程简单
- 4、优势：传统“一对一”营销 VS 会议“一对多”营销

第二章 会议营销的策划

- 1、会议营销成功的标准、（衡量会议营销成功的指标有哪些？）
- 2、会议营销成功的主要要素有哪些？（常规 9 大环节）
 - (1) 主题策划明确
 - (2) 客户名单
 - (3) 邀约话术
 - (4) 邀约
 - (5) 主持
 - (6) 主讲嘉宾
 - (7) 中场沟通
 - (8) 谈判
 - (9) 收单、跟进

第三章 会议营销成功的关键力量——主讲嘉宾

- 1、定位：会议营销体系岗位体系的一员，至关重要的岗位
- 2、对主讲嘉宾的选择（条件）——对讲师的要求
- 3、沟通（与主持、会议组织单位、与客户）
- 4、讲师的语言组织、现场气氛的营造和控制的话语穿插在会议演讲当中。

第四章 成功的精髓——成交业绩

- 1、会议成交的关键点
- 2、设计客户购买的理由
- 3、设计好成交的所需要的“勾”
- 4、讲师的价值塑造

5、你的“托”在哪里

6、成交单证的准备

第五章 成功的精髓——团队作战

1、小成靠个人，大成靠团队

2、团队的如何分工协作

3、如何配合营造会场气氛

4、会后会如何分工配合

5、成交时每个人的角色定位