

全员营销意识提升及实战训练

课程背景：

企业存在的价值和意义是为了“客户”服务，营销的目的在于：

第一，要让客户知道我们

第二，要让客户认识我们

第三，要让客户认同和接受我们

第四，我们要与客户建立“健康长久的合作关系”，“让支持我们的人越来越多，反对我们的人越来越少”

课程目标：

- 1、提升全员营销意识
- 2、全面注重客户全过程的体验感受
- 3、掌握提升全员营销意识的方法和工具

课程时长：

课程对象：销售人员

课程大纲：

第一章 全员营销的背景及理念

- 1、起源
- 2、理念
- 3、概念、含义及解释

第二章 全面营销的概念

全面营销的含义

- 1、人人营销
- 2、事事营销
- 3、时时营销
- 4、处处营销
- 5、内部营销
- 6、外部营销

第三章 全面营销的解释

一、“营销手段的整合性”管理

- 1、全体员工对 4P、4C 等因素的理念理解及行为配合。

二、“营销主体的整合性”管理

- 1、对公司：以营销部门为核心展开工作

- 2、对部门：以营销的理念来分配部门资源
- 3、对员工：以营销的思想来规划工作

第四章 全员营销在企业的意义

- 1、资源更合理的分配、降低成本
- 2、加强部门沟通，提升员工凝聚力
- 3、让客户得到更大的让渡价值
- 4、提升企业形象、业界口碑
- 5、高效完成企业目标

第五章 全员营销的内部实施建议

- 1、具有明确的方向，全员学习
- 2、员工各尽其责，增强客户服务意识
- 3、加强部门间沟通，增强公司内部凝聚力
- 4、定期进行成果分享

第五章 立口碑，注重客户体验

- 1、让客户有赢的感觉
- 2、售后服务
- 3、保持与客户的沟通
- 4、关心客户的家人
- 5、帮客户拓展事业

第六章 展现专业服务水平的标准规范

- 1、用有形的一面赢得客户信任
- 2、接触客户时表达尊重的礼仪呈现
- 3、服务过程中展现专业性的行为

第七章 促进正面体验的服务沟通

- 1、促进正面体验的沟通话术表达
- 2、用语言重音与语气来引导客户
- 3、依据性格偏好选择沟通方式