

# 《客户活动组织实训》课程大纲

【课程主题】：客户活动组织实训

【培训时间】：1天

【培训对象】：活动策划从业人员

【培训方式】

生动授课、多媒体演示、个体实训、角色扮演、互动交流等使培训效果达到最好！

【课程特色】

1. 学习掌握市场营销活动策划的基本思维模型和基本构建因素；
2. 正确认知营销活动策划中，产品、渠道、市场、消费者之间的关系，并在活动方案中灵活使用；
3. 掌握常用的营销活动策划步骤及方法；
4. 能完成营销活动策划方案书的撰写；
5. 能够高效完成高质量活动的落地执行；
6. 掌握网点金融活动组织方式与类型

【课程大纲】：

## 一、客户营销活动策划的八个维度因素

### 1、目标因素——单次活动的目标与整体绩效目标协同

- 1) 销售目标
- 2) 利润目标
- 3) 客户目标
- 4) 目标撰写

### 2、定位因素——活动定位与客户定位相协调

- 1) 决定定位层次
- 2) 辨别定位属性
- 3) 绘制定位地图
- 4) 评估定位选择
- 5) 实现定位，确定营销组合

### 3、产品因素——深挖产品类型与活动策略的相关性

- 1) 区分产品的价值层级
- 2) 产品策划的内容梳理
- 3) 典型性产品生命周期

### 4、服务因素——品质服务与活动效果的深度链接

- 1) 可靠性
- 2) 响应性
- 3) 深入度
- 4) 有形体现

## 二、客户活动的设计策略

### 1、客户活动定位策划

- 1) 定主题
- 2) 定时间

### 3) 定调子

#### 2、客户活动内容策划

- 1) 为什么要来参加活动
- 2) 为什么要现在购买
- 3) 为什么要多买
- 4) 为什么要介绍朋友来买

#### 3、活动造势策划

- 1) 人员之势
- 2) 线上之势
- 3) 外围之势
- 4) 现场之势

### 4、精准邀约策划

- 1) 客户来源
- 2) 合作伙伴
- 3) 集客话术
- 4) 奖惩考核

## 三、不同客户活动的实施技巧

### 1、SP 活动

- 1) SP 类活动的基本认知
- 2) SP 活动基本组织模式
- 3) SP 活动的执行要点
- 3) SP 活动的注意事项

### 2、PR 活动

- 1) PR 活动的基本认知
- 2) PR 活动的基本策略方略
- 3) PR 活动的执行要点
- 4) PR 活动的注意事项

## 四、客户活动组织实施关键技巧

### 1、活动执行环节的把控

- 1) 流程设计
- 2) 人员分工
- 3) 奖惩机制
- 4) 应急预案

### 2、活动策略执行能力提升核心密钥

- 1) 提升方案策划能力
- 2) 提升计划执行能力
- 3) 提升临场应变能力
- 4) 提升总结复盘能力