

# 《如何成为顶尖的营销人员》

## 【课程背景】

1. 部分市场是否因为营销人员的能力而运营不善
2. 营销人员是否成长缓慢，严重制约市场拓展
3. 营销人员是否严重缺失营销的科学认知，仅凭经验开展营销开展
4. 企业营销目标分解是否总是讨价还价，抱怨很多
5. 营销目标是否达成率低，营销总结总是借口很多

## 【培训目标】

1. **颠覆认知**：根本转变企业营销人员对营销的认知
2. **达成共识**：帮助营销人员达成营销认知与行动共识
3. **掌握技术**：让学员掌握并运用营销的实战技术与工具
4. **找准问题**：帮助学员找准营销实战的关键问题与障碍
5. **解决难题**：帮助学员运用实战工具现场演练解决实际营销难题
6. **人才培养**：统一营销认知、抓住关键动作管理，快速培养一批营销人才
7. **效益转换**：将运用实战营销工具，快速实现营销业绩突破

## 【培训对象】

1. 营销人员
2. 营销管理人员

## 【培训特色】

### 三“从” 四“得”两“快”

1. 从实战落地出发、从问题解决出发、从业绩突破出发（实战实用）
2. 课程内容学员听得懂、记得住、练得会、用得了（深入浅出）
3. 课程内容落地快、实际效益转换快（产出效益）

## 【培训模式】

实战理论讲授 + 实战案例剖析 + 实战研讨演练 + 实际问题解决

## 【培训课时】

1-2 天

【培训要求】（两天以上课程）

1. 人员以小组为单位展开培训与实战研讨演练效果为最佳
2. 每个小组人员数量 9 - 11 人为最佳
3. 小组人员由来自一个市场的人员构成为最佳
4. 所有参训人员全程参加培训效果最佳

#### **【培训教具】**

1. 条幅：悬挂印有培训主题的条幅
2. 三角桌牌：印有学员名字的桌牌
3. 其他：投影仪、无线话筒（两支）、音频线、白板、白板笔

#### **【培训大纲】**

##### **《如何成为顶尖的营销人员》**

##### **模块一 认清顶尖营销人员的成长障碍**

##### **引导案例**

##### **1. 平庸营销人员的普遍现状**

- a) 心态消极
- b) 行为拖拉
- c) 管理缺失
- d) 抱怨不断
- e) 借口多多

##### **2. 平庸销售人员的四无现象**

- a) 无认知
- b) 无方法
- c) 无目标
- d) 无野心

##### **3. 错误的销售人员评价标准**

#### **4. 成为顶尖销售人员的障碍**

#### **5. 顶尖销售人员的四大特征**

#### **6. 顶尖销售的四知三性九能**

a) 顶尖销售人员的四知

b) 顶尖销售人员的三性

c) 顶尖销售人员的九能

#### **实战研讨与讲师辅导点评（根据实际课时安排）**

1. 什么样的营销人员才是合格的营销人员

2. 合格的营销人员应该具备那些知识技能

### **模块二 夯实顶尖营销人员成长的基石**

#### **引导案例**

#### **1. 颠覆传统理念**

a) 从推销到营销

b) 客户决策行为

#### **2. 寻找蓝海市场**

a) 市场细分找蓝海

b) 产品差异找蓝海

c) 解决方案找蓝海

#### **3. 摸清市场动向**

a) 市场容量分析

b) 市场占有率分析

c) SWOT 工具分析

#### **4. 号准客户脉搏**

- a) 探寻客户需求
- b) 明晰客户痛点
- c) 弄清客户障碍点

## **5. 了解竞争对手**

- a) 对手基本分析
- b) 对手产品分析
- c) 对手问题聚焦

## **6. 特性转换卖点**

- a) 销售过程的错误
- b) 特性不等于卖点
- c) 把握客户的痛点
- d) 诉求独特的价值
- e) FABE 工具的运用
- f) 产品说明的原则

### **实战研讨与讲师辅导点评（根据实际课时安排）**

1. 运用 S W O T 工具分析你的市场,找到市场营销的策略,科学推算市场销量
2. 分析主要竞争对手、分析主要竞品，找准他们的优势与问题点
3. 运用 FABE 工具，针对竞品的问题点，提炼出产品的关键卖点

## **模块三 顶尖营销人员成长的六级台阶**

### **引导案例**

#### **1. 顶尖营销人员的时间管理**

- a) 平庸销售人员的时间安排

b) 顶尖营销人员的时间管理

## **2. 顶尖营销人员的档案管理**

a) 客户档案管理的重要价值

b) 营销业绩瓶颈的冰山效应

c) 客户档案管理的有效管理

## **3. 顶尖营销人员的营销协作**

a) 营销协作的重要价值

b) 个性才干与营销协作

c) 营销协作与业绩达成

## **4. 顶尖营销人员的目标管理**

a) 理性分析市场

b) 正确解析目标

c) 找准市场策略

## **5. 顶尖营销人员的计划管理**

a) 明确一日工作目的

b) 制定一日工作计划

c) 规划一日工作路径

d) 总结一日工作结果

## **6. 顶尖营销人员的动作管理**

a) 关键动作管理的价值

b) 关键动作转换与提取

c) 关键动作管理标准化

d) 顶尖营销成长变简单

## 实战研讨与讲师辅导点评（根据实际课时安排）

1. 结合时间管理工具，制定一日工作计划
2. 对一个营销行为运用动作转换工具，进行动作梳理与优化，形成可标准化的关键动作管理

## 课程全程重点回顾