
工业品营销管控的四大体系

【课程大纲】

一、工业品营销管理中面临八大挑战

- 企业的大脑：资源风险
- 企业的五官：管理风险
- 企业的心脏：订单风险
- 企业的骨架：团队风险
- 企业的肠胃：信息风险
- 企业的皮肤：政策风险
- 企业的双手：员工风险
- 企业的双脚：费用风险

二、企业商战：赢在管控

- 变化中的市场，企业需要怎样的能力？
- 从 AB 与 JR 公司的成败，看营销管控对企业的影响
- 营销管控系统的四大体系

三、营销管控系统之一：组织管控

- 基本问题：企业营销组织常遇到的三大问题
- 解决方案：绩效体系实现营销组织管控
- 关键细节：从博一机电中看流程的重要性

四、营销管控系统之二：运营管控

- 基本问题：企业运营当中常遇到的四大烦恼
- 解决方案：企业运营管控的四大核心
- 关键细节：企业运营管控中销售

业绩成交的把控

五、营销管控系统之三：人才管控

- 基本问题：企业人才管控的黑洞与瓶颈
- 解决方案：企业人才管控的四大体系
- 关键细节：实行企业人才培养计划

六、营销管控系统之四：业务管控

- 基本问题：企业业务管理常遇到的两大难点
- 解决方案：企业业务管控的八大核心
- 关键细节：企业业务管控的五大细节

七、保证营销管控系统有效执行的五大关键

- 基础：客户资料是否完整？
- 条件：销售技能是否达到？
- 控制：管理监督是否跟上？
- 利益：销售团队是否配合？
- 重点：领导意识是否重视？

八、保障营销管控系统有效落地的四大机制

- 落地策略之一：培训机制
 - 落地策略之二：完善机制
 - 落地策略之三：管理机制
 - 落地策略之四：激励机制
-