

《掘金行动—公众市场超级营销特训》

主讲：秦超老师

【课程背景】

营销，是绝大多数企业赖以生存的重要环节，是实现企业战略目标的重要保障，但往往又是不尽如人意的“重灾区”。营销工作是高度依赖营销人员的能力的，营销人员，特别是一线营销人员和管理者，往往简单粗暴的将营销理解为“卖产品、卖服务”，经验主义，本位思想。因此，真正了解营销的本质，激发营销人员的工作热情，掌握科学的营销流程和方法，用落地的动作、话术实现销售目标，是一线营销人员和管理者应该去学习和提升的。这也是企业战略实现的内在化建设和根本保证。

【课程收益】

1. 洞察营销的核心与本质
2. 掌握业绩提升的四大关键要素和六项着力点
3. 深入学习营销流程核心环节和价值
4. 掌握标准的营销动作，有方法有步骤的科学营销
5. 学会基于关键目标的营销话术，有的放矢
6. 学习公众市场产品销售新赛道：私域流量的建立、运作与转化方式

【课程时长】

3天（6小时/天）

【课程对象】

营销条线销售人员、管理人员

【课程特色】

核心价值逻辑：夯实知识基础→锤炼过硬技能→探寻业绩新赛道→实现业绩突破。系统全面的销售流程梳理，丰富详实战技巧学习，快速落位到工作中。讲师市场营销出身，具备一线市场营销及管理经验，有通信行业销售团队打造丰富经验。具备大量B端及C端实战经验和优异战绩，辅导过的企业业绩平均提升15%以上。

【课程大纲】

第一部分：销售的本质与核心是什么？

1. 从客户心理分析销售过程
 - 不安不满（寻找、激发）— 欲求（获取、引导）— 行动、决定（促进、持续）
2. 销售的核心与本质
 - 满足需求：销售要解决的核心问题
 - 价值交换：销售行为的本质
3. 销售的三项关键要素
 - 信息差
 - 认知差
 - 资源差

分享：你的销售案例中，是如何运用“三差”的？

4. 业绩提升的四大要素和六项着力点
 - 业绩公式
 - 四大变量：客户数量、转化效率、客单量、复购量
 - 七项着力点：客户准确度、客户数量、销售沟通力、需求挖掘能力、产品价值呈现能力、解疑和促成能力、客户感知及再挖掘

分析：不同销售行为（方法）如何影响四大变量的？

第二部分：我们的武器怎么样？

1.产品知识基础

- 多产品基础知识重温与回顾
- 产品的SOWT分析

2.产品→销售”动能“四阶”系统（现场辅导产出）

- 主推产品特点分析：功能、特点、价格
- 产品场景分析：目标人群、使用场景、场景下的客户思维
- 产品卖点分析：卖点≠特点；卖点对客户的价值点
- 话术：产品销售话术核心点

现场实操：不同产品的核心话术产出

第三部分：公众市场销售的致胜关键环节有哪些？

1.销售关键环节一：销售准备

- 个人准备：形象状态、沟通逻辑、工具
- ◇ 营销形象建立
- ◇ 沟通的核心原理与逻辑
- ◇ 话题工具、销售工具、签单工具……

2.关键环节二：沟通与破冰

- 客户邀约
- ◇ 高效邀约五步法
- ◇ 邀约话术
- 客户初洽与破冰
- ◇ 四步初洽沟通法
- ◇ 灵巧破冰 Yes and 法

3.关键环节三：有效的真实需求挖掘-引导法

- 如何有效分析需求的真实性
- 四句话需求挖掘与引导法：

情景-难点-暗示-解决系统引导

基于实际产品的现场话术演练与定模（现场辅导产出）

4.关键环节四：产品呈现

- 产品印证能力--FABE 话术运用
- ◇ “特征-优势-价值-证明”话术系统
- ◇ 直观化呈现法与工具运用

基于实际产品的现场话术演练与定模（现场辅导产出）

5.关键环节四：异议处理

- 异议处理的六步法
- 典型异议处理示范
- ◇ 价格异议
- ◇ 能力异议

案例分析：异议处理，攻心为王

6.关键环节五：促成与成交

- 发现促成的时机与信号
- 促成四法：
- ◇ 从众成交法
- ◇ 压力成交法

- ◇ 选择成交法
- ◇ 默认成交法

演练：关键环节练习

7.关键环节六:客户成交与持续服务

- 成交服务与机会探寻
- ◇ 成交服务流程即话术
- ◇ 客户感知与资源再开发：
- 持续经营影响力中心客户

第四部分：如何玩转营销的新赛道-私域流量建设？

1. 什么是私域流量，私域流量的价值是什么？

- 私域的概念
- 私域流量的特点
- 私域的价值与定位

2.引流-私域运营的重要前提

- 拉新的渠道与特点
- ◇ 公域
- ◇ 线下
- ◇ 裂变
- 公域线上拉新的方法
- ◇ 内容拉新
- ◇ 活动拉新
- ◇ 利益拉新
- 线下拉新
- ◇ 异业合作
- ◇ 任务奖励
- ◇ 社团拉新

3.私域运营与转化

- 私域运营
- ◇ 私域运营的本质是服务营销
- ◇ 利用顾客标签精准运营顾客
- ◇ 顾客分层提升运营效率
- ◇ 利用 OTO 优势提升留存率
- 私域转化
- ◇ 私域转化的途径
- ◇ 社群营销及成交方法
- ◇ 促进转化的诱饵
- ◇ 利用数据精准跟踪成交
- ◇ OTO 无缝衔接成交场景