

《营销突破—营销管理技术与新思考》

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，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】

- 洞察营销的核心与本质
- 掌握业绩提升的四大关键要素和六项着力点
- 学习一线营销团队管理的核心价值
- 学会有效运用方法和工具管控团队实现业绩
- 思考新的营销模式

【课程特色】

以成年人学习的原理入手，以认知为先导（心态），以方法论为基础（知识），以技术为落脚点（技能），扎实基础，重点关注营销人员在实战中的流程、动作、话术等。知行合一，快速掌握，迅速上手。

【课程对象】

营销管理者

【课程时间】

0.5天（6小时/天）

【课程大纲】

一、做营销到底是在干什么？

1. 营销的核心与本质
 - 需求：营销要解决的核心问题
 - 价值交换：营销行为的本质
2. 营销的关键要素
 - 信息差
 - 认知差
 - 资源差

案例：他们怎么赚的钱的？

3. 业绩的公式
 - 业绩提升的四大变量和六项着力点

研讨：不同的营销手段分别针对哪些变量？

二、管理的技术--销售团队管理人员如何有效管理团队？

（一）营销管理的根本任务是什么？

1. 管理者的根本任务：
 - 业绩目标
 - 团队收入
 - 团队可持续发展

研讨：你的具体任务是什么？

2.营销管理根本任务的三大影响因素

➤ 人

意愿、能力

➤ 资源

内部资源、外部资源

➤ 过程

目标管控 or 过程管控？

细节决定成败到底是什么意思？

过程管控的实质：业绩的取得不是运气，而是实实在在的积累

(二) 营销团队管理者新时代管理五维转变

转变一：成为资源者

➤ 少苦力，善借力

转变二：成为领导者

➤ 少管控，善影响

转变三：成为教练者

➤ 少指挥，善指导

转变四：成为感召者

➤ 少说教，善激励

转变五：成为将帅

➤ 少亲力亲为，善赋能授权

(三) 如何将销售业绩的不确定性变为可控的？

2.过程管控利器--工作日志

➤ 工具：《工作日志表》介绍

➤ 工作日志的标准使用方法

3.工作日志的使用与管理

➤ 工作日志查阅与分析

➤ 基于工作日志的四项重点管理：客户开发量、转化效率、单量、复购量

三、营销管理的新思考

1.目前营销工作的现状

➤ 人：意愿与能力？

➤ 事：“盲”还是“忙”？

➤ 对手：我们有区别吗？

➤ 结果：效率高吗？

2.基于现状的营销思维

➤ 整合资源

➤ 优势突出

➤ 效率提升

➤ 率先改变

3.新营销模式的思考

➤ 集约化、全场景、高效率、高可控的新营销思维