

《网格经理实战营销能力提升训练》训练方案

客户需求分析：

网格客户作为各大运营商中小客户营销的主体之一，对于提升客户保有量，扩新增市场，提供公司的整体收入起着重要的作用。

网格经理的重要工作内容就是针对中小企业客户实施主动的、精细化的、系统化的全业务营销，

经过多年与网格经理调研和辅导的过程发现在网络营销过程中存在以下问题：

- 1、 客户群体非常多，涉及各个行业，网格经理往往缺乏针对性的营销策略；
- 2、 客户信息时常变换，有效信息得不到及时更新，营销时发现已被对手提前下手；
- 3、 没有同客户建立关系的意识，无法积累忠诚的客户；
- 4、 一线人员对于产品的理解不够，无法借助行业应用来拉动放号或相关业务的销售等等。

如何解决以上困难？我们采取培训+辅导的形式，解决了如何让学员从听懂到会做，提高了培训的有效性，降低了重复低效率培训带来的资源浪费，不但培训管理者获得了成就感，也帮助业务部门提高了绩效。

训练课程特色：

- ◇ 课程讲授+案例启发+情景演练+实战辅导+总结分享；
- ◇ 采用主训师+辅导教练+辅导助教，提供最到位的一站式培训服务。

训练安排

第一天：0.5 天授课+0.5 天实战及小结

第二天：0.5 天授课+0.5 天实战及小结

第三天：0.5 天授课+0.5 天训练营总结

训练内容及日程安排：

时 间	阶 段	内 容	目 的
培训前 2 周	调研分析阶段	针对公司人力资源、网格经理主管，以及此次参训学员代表进行访谈；网格销售整体状况，网格销售的主推产品	确立培训需求及目标；

第一天	上午（室内授课）	课程内容包括：网络营销工作概述、网格地图制作的技巧、网格客户陌拜技巧、客户需求深挖技巧等	从观念上认清网格工作的重要性及系统性，掌握营销拜访的关键技巧
	下午（实战训练）	网格基础信息摸查，客户陌拜技巧实战训练，客户需求挖掘实战训练	讲师、顾问通过一对一实战辅导，对每个学员实战中存在的问题进行训练提升
第二天	上午（室内授课）	课程内容包括：解决方案呈现技巧、产品价值提炼训练、客户异议的处理及促成技巧等	学习如何进行方案的呈现，如何缔结成交
	下午（实战训练）	商机老客户的回访和促成，新客户的拜访二次训练，客户需求深度挖掘及异议处理的实战训练	讲师、顾问通过一对一实战辅导，对每个学员实战中存在的问题进行训练提升
第三天	上午（室内授课）	课程内容包括：两天实战训练重点问题总结及二次训练，商机的分类及识别技巧等	对存在的问题进行再次训练，学习如何识别真商机及伪商机
	下午（总结）	学员书面小结，讲师、顾问进行训练营总结，评选优秀团队及个人，颁奖	回顾和总结3天训练营的训练成果，优秀团队及个人表彰

课程纲要：

一、 网格经营的能力

- 何谓网格经营
- 不同网格细分市场的特性分析
 - 商务楼宇
 - 专业市场
 - 工业园区
 - 临街商铺
- 网格经营的基本工作

- 信息搜集
 - 宣传引导
 - 关系建立
 - 营销开展
- 网格勘察技巧

- 案例分享：填写客户信息表带来商机的故事

二、 陌生拜访客户的技巧

- 开场破冰
 - 暖场话术及动作
 - 容易被忽略的小细节
 - 拒绝和抗拒情况的应对
 - 开场五步系统训练
- 需求挖掘
 - 区分客户的表面需求和背后需求（以手机为例）
 - 通信需求和经营需求
 - 如何高效提问和倾听
 - 需求挖掘的模拟训练

三、 方案呈现和成交

- 谈方案—产品介绍的技巧
 - 什么时候才是进行产品、方案介绍的最佳时机
 - 让你的产品介绍更加生动——产品、方案推荐的 EFABC 技巧
 - 产品推荐技巧的具体应用
- 要承诺—要求客户承诺的技巧
 - 如何把握要承诺的时机
 - 要承诺时的方法运用—如何要才能得到客户的承诺
 - 面对客户的敷衍、拖延或顾虑，该如何处理
 - 说服客户时，四种竞争策略的灵活运用
- 情景演练：指定情形下完整营销过程的模拟

四、 客户继续跟进的能力

- 电话回访的黄金时段
- 二次拜访的准备和话术

- 如何进行客户的转介绍

五、课程总结及实战部署

六、实战训练花絮

