

# 《价值型营销》-- 营销差异化的创新之道

## 【培训目标】

- ◇ 立足企业与产品特点，应用高效市场分析工具，定制深度营销；
- ◇ 理顺营销思路，探索营销方向，寻找适合自身的差异化营销突破体系；
- ◇ 结合个人观念和认知，创新营销方法和修炼新的竞争技能；

【培训方式】 背景解读 + 知识讲授 + 小组研讨 + 情境模拟 + 案例分析；

【培训技术】 讲授式教学 + 国际引导技术 + 成果点评与辅导；

【培训对象】 销售总监、区域经理、销售人员；

【场地要求】 封闭式课堂环境、岛屿状课桌作鱼骨型分布、每组安排 5-7 人；

【设备清单】 投影仪、白板及白板笔、大白纸、各色记号笔每组一套、胶泥等；

## 【课程大纲】

### 第一式：兵无常势，因势利导

- 1、学习与职业价值成长的关联分析；
- 2、本行业（产品）的发展背景与竞争态势；
- 3、市场竞争的发展阶段：产品经济、渠道经济、信息经济、体验经济；
- 4、问题解决的三阶段模型；
- 5、基于未来的思维工具：经验应用+趋势分析+逻辑推演+合理冒险；
- 6、学习规则约定与原则界定；

### 第二式：转换观念、以念促行

- 1、反思：营销陷入困境的表向行为有哪些？内核原因是什么？
- 2、探索如何面对体验经济时代的营销竞争？
- 3、价值型营销的趋势与定义；
- 4、价格与价值的客观关系到底是怎样的？
- 5、价值型营销的经典案例解析；
- 6、价值型营销的前提：积极性销售
  - 6.1 积极性销售的内核：对产品和组织的高度信任和信心
  - 6.2 常见问题：负向的选择性对比、抱怨的累积、消极对抗、情绪性冲突
  - 6.2 内核观念：没有完美的产品、抱怨并不解决问题、  
销售我所相信的、信心可以被传递

### 6.3 积极性销售的外在表现：

客观自信的自我评价、高度的销售热情、  
善于发现客户的“痛点”与“兴奋点”、  
永无止境的改善意识、习惯于不断进行行为创新；

### 7、价值的可能来源：

基于实用功能增加、基于附加的促销、基于性价比提升、基于使用难点下降、  
基于使用风险降低、基于远期利益增长、基于服务增加或改善、  
基于个人喜好和心理观点、基于合作者的知识或情感等因素  
价值型营销的突破途径：服务增值、附加值提升、价值差异化、客户体验极致化；

### 8、分析宏观与微观环境，列举行业与产品属性特点并完成 SWOT 分析；

### 9、群策群力：使用漏斗工作法探寻营销突破的重点方向，确认 SWOT 应用策略；

### 10、研讨本企业价值型营销的可能性，并确定战略取向；

## 第三式：精于其技、落地重术

### 1、基于未来的营销需求，分析素能需求并完成销售岗位素能模型；

### 2、销售团队效率的四大保障能力：

- 2.1 大数据分析能力：市场数据的调研设计、收集汇总、关联分析与反馈回路
- 2.2 沟通力：高效销售沟通（可根据课时情况或组织需求加入商业谈判技能模块）
- 2.3 执行力：卓越的执行能力（根据参训学员层级界定个体执行力或团队执行力）
- 2.4 创新力：分析创新原理，引导创新思维、掌握创新逻辑；

### 3、销售技能的具体技巧进阶：

#### 3.1 做好销售准备工作：

- 3.1.1 对你的产品保持足够的热情
- 3.1.2 充分了解品牌及产品信息
- 3.1.3 掌握介绍自己和项目（产品）的艺术
- 3.1.4 准备好你的销售道具
- 3.1.5 明确每次沟通的目标
- 3.1.6 有选择地告诉顾客事实真相

#### 3.2 与目标客户保持良好互动：

- 3.2.1 专注于探索事实而非表达观点
- 3.2.2 了解提问的价值，锤炼向客户提问的技巧

服

3.2.3 向客户展示合作的好处【案例】不断研习合作益处的提炼技巧

3.2.4 掌握更易说服客户的技巧：忘记你说服的目的，以理解的姿态完成说

使用精确的数据和看似真实的故事

3.2.5 寻找共同话题、关注共同利益、寻求更多更适合的解决方案

3.3 区分销售类别：

小订单营销五大步骤及客户应对策略

大客户营销四步会谈及客户应对策略

3.4 真正掌控销售的过程：

3.4.1 信任关系发展：中国人建立信任路径图

3.4.2 关系两大要素：利益+信任

3.4.3 利益的准确定义：组织利益和个人利益\显性利益与隐性利益

3.4.4 四步工作法明确客户需求：探寻、定位、确认、开发

3.4.5 把握客户的决策心理

3.4.5 准确分析客户的决策过程【案例】客户为什么说好合作突然变卦

3.4.6 对症下药地解决客户疑虑

3.4.7 理解、了解并洞悉客户内心的负面因素

#### 第四式：内化于心、外化于形

- 1、重新认识营销：回顾我们目前的营销行为并再次确认价值型营销的定义；
- 2、成为产品与政策的专家、成为客户的决策顾问；
- 3、目标设定和管理：自我管理 with 自我教练，数字目标与行为计划；
- 4、完成目标的两大手段：内部激励与外部考核；
- 5、职业销售经理七大自检问题；