

| 精益营销 |  |
|------|--|
| 课程名称 | 精益营销   |
| 课程背景 | <p>现在只能用低迷来形容中国的市场,销售规模不断减小,利润不断走低,但是销售团队不断增大,营销费用不断攀升。迷茫与困顿,大规模的消减非制造人员也不敢轻谈在销售人力和营销费用的降低。</p> <p>精益生产作为一个高效、简洁并富有效力的管理系统,在营销方面同样可以大显神威,我们以美国丹纳赫工业控制集团为例,2003年导入精益营销以来:</p> <p>—— 2003年当年即从竞争对手处成功争取客户185家;</p> <p>—— 2004年发展重点新客户283家;</p> <p>——销售团队规模没有变化;</p> <p>——营销费用下降35%;</p> <p>顺应当前的局势,为国内企业的更好的推进营销,慧创中国潜心研发,借鉴欧美企业精益营销的经验,结合中国市场的现状,推出适应中国市场的精益营销解决方案。</p>   |
| 授课对象 | 企业董事长、总经理、副总,销售市场总监、副总监、经理、主管、销售人员等  |
| 课程收益 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 精益营销的概念和介绍</li> <li>• 如何建立分渠道分产品精益营销运营模式</li> <li>• 可视化的精益营销流程各节点关键绩效目标管理</li> <li>• 大量国内外企业的精益营销案例借鉴</li> <li>• 探讨精益营销在本企业的应用</li> </ul>   |
| 课程大纲 | <p>价值同质化是中国营销价格战与产能过剩的根本!</p> <p><b>一. 困惑与瓶颈</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 销售困局的根本——同质化竞争?</li> <li>• 到底问题出在哪里?</li> <li>• 如何面对经济发展模式转变?</li> <li>• 如何突破瓶颈?</li> <li>• 案例解读:从万达关店潮谈销售的根本——价值传递</li> </ul> <p><b>二. 什么是精益营销?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 精益营销</li> <li>▪ 精细是手段</li> <li>▪ 效益是目的</li> <li>▪ 精益销售两大收益</li> <li>▪ 通过员工能力可视化成长令绩效快速持续增长</li> <li>▪ 精益营销流程有效管控目标客户收益</li> <li>▪ 学员举例说明身边成功的精益营销案例</li> <li>▪ 案例解读:小米手环分析</li> </ul> <p><b>三. 精益营销要诀</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 精益营销要诀四方面</li> <li>▪ 以人为本,尊重员工,建立高效团队</li> <li>▪ 提高有效客户覆盖为目标</li> </ul> |

- 以目标顾客持续成交为基础
- 对营销各要素进行整合提升目标客户产出
- 案例解读：奖金还是梦想激励更重要？

案例：苏州某企业三年从 0 到 20 亿

#### 四. 精益营销的实施程序

- 精益营销的实施程序七步骤
- 理念转变
- 策略的保证
- 营销资源规划与管理
- 市场区隔与资源配置管理
- 营销组合管理
- 营销人力资源管理
- 营销支持系统管理

结合自己公司现状，设计一个精益营销的实施计划

#### 五. 以人为本，尊重员工，建立高效团队

- 精益化营销强调营销团队建设，提高人均产能和效益
- 营销活动实质是人的营销，只有员工充分地参与并不断地提升自己的能力与素质，企业才会有长期发展的资本。
- 建立高效团队四部曲
- 团队招募与组建
  - 有效团队招募流程
  - STAR 招募
  - 团队领导风格特征
  - 团队风格组建
- 员工绩效评估管理
  - 建立员工绩效评估管理体系
  - 绩效评估四步骤
- 员工发展管理及授权
- 员工公司内部发展途径

案例解读：海底捞生意火爆背后的原因

#### 六. 提高有效客户覆盖

- 什么是有效市场？什么是有效客户？
- 目标客户定位
- 精益营销 STP 法则
  - 目标客户理性需要，感性需求
  - 目标客户覆盖链

案例解读：分小组分析九阳豆浆机、酸奶机、唯品网目标客户定位

- 多渠道运营推广。
  - 电商营销基础知识
  - 精选电商运营案例学习与分享
  - 客户影响圈渗透推广体系
  - 学员设计新品上市成功多渠道运营推广计划

京东三次成功转型案例分享

- 跨界资源整合
  - 有效客户分类、决策树分析
  - 基于客户需求的跨界资源整合
  - 跨界资源有效转换

跨界资源整合 iPhone 如何打败诺基亚的成功案例分享与讨论

## 七. 提升客户持续成交

- 体验式销售
  - 什么是体验式销售
  - 如何才有惊喜体验
  - 什么是相关性和独特性
  - 体验式销售七步骤
  - 分享身边成功体验式销售案例
- 探索并满足客户需求
  - 3F 法则探索客户需求
  - “黄金四问”锁定客户需求
- BFEB 销售故事情景法推荐
  - 餐单解决方案可视化
  - 学员设计新品上市 BEEB 情景销售故事
- 运营管理财务分析
  - 运营管理基本数据 7C 分析
  - 不景气指数分析及对策
  - 有效客户转换率及成本分析

## 八. 提升客户平均产出

- 什么价值？
- 是否有价值公式？
- 增值销售如何做到？
- 打造新盈利模式
- 漏斗目标转化原理
- 客户满意度管理
- 客户忠诚度管理

## 九. 如何有效推进精益营销

- 以整体规划作为指导各部门工作的原则
- 必须提炼出关键业务作为部门的工作重点
- 理顺关键业务流程标准化，推动经营链顺畅运
- 通过工作标准提高部门间的协作效率
- 不断优化、简化营销管理制度

## 十. 课程总结

- 一张图解精益营销
- 协助学员完成个人 321 改善计划