

《直销团队管理与业绩管控》

一、课程背景:

随着区域化、网格化营销的不断推进，直销团队需要对网格内的客户进行增加精细化的经营，但这首先需要建立一只相对稳定且充满凝聚力和战斗力的队伍。

本课程基于直销团队的运作现状，主要从以下三个方面对学员能力进行提升。

二、课程目标

- 学习团队沟通、一对一沟通的方法，提升内部沟通效率和团队氛围；
- 掌握直销团队员工能力管理的技巧，提升团队士气激励的效果，打造高绩效团队；
- 了解如何通过过程管理来管理团队的绩效和业绩，如何洞察团队业绩的真正原因。

三、课程对象：

直销团队管理人员、直销队伍建设人员、直销团队骨干等

四、课程大纲:

第一部分、直销团队管理人员面临的问题分析

- 直销团队管理中的问题与困惑
 - ◇ 业务指标压力大、进度慢
 - ◇ 团队氛围散漫、流动率高
 - ◇ 员工主动工作的积极性不高，总感觉还有很多潜能待挖掘
 - ◇ 管理人员分身乏术，效率低下
- 直销团队管理人员的自我认知升级
 - ◇ 小团队的文化即是管理者的文化
 - ◇ 团队的“知识、技能”的沉淀和成长很重要
 - ◇ 团队的价值观、氛围的打造更重要
 - ◇ “标杆”对于团队的意义

- ◇ 请思考：这段话对你有什么启发

第二部分、直销团队管理及人员激励能力提升

■ 如何针对不同类型的直销团队员工进行个性化赋能

- ◇ 低能力高意愿员工的管理要点
- ◇ 高能力高意愿员工的管理要点
- ◇ 低能力低意愿员工的管理要点
- ◇ 高能力低意愿员工的管理要点

■ 如何利用“教练技术”思路来进行员工的一对一辅导

- ◇ 建立信任
- ◇ 问题描述
- ◇ 原因分析
- ◇ 改善建议
- ◇ 激励收尾

■ 情景演练：直销人员小王，刚接手工作的初期工作很积极，业绩也很不错，但最近一段时间明显情绪比较消极，业绩也不如以前，如何进行一次有效的教练技术的辅导对话？

第二部分、通过商机管理实现直销团队的业绩诊断与管理

■ 商机管理与业绩管理

- ◇ 故事分享：过程管理的重要性
- ◇ 商机管理的重要意义

■ 员工业绩诊断三部曲

- ◇ 信息
- ◇ 商机
- ◇ 成交

■ 商机的四种转化形式

- ◇ 潜商机/显商机
- ◇ 有效商机/未来商机
- 业绩待提升员工的常见原因分析与判断
- ◇ 成交能力不足的判断方法
- ◇ 商机开发能力不足的判断方法
- ◇ 信息采集能力不足的判断方法
- 业绩较好员工的常见问题
- ◇ 业绩好的员工如何“诊断”
- ◇ 如何找到业绩好的“陷阱”
- **【案例研讨】：如何通过报表和数字发现业绩问题背后的真正原因**

第三部分、日常营销活动管理

- 常用营销管理工具
- ◇ 网格视图
- ◇ 看板管理
- ◇ 营销例会
- 网格视图的制作与重要价值
- ◇ 四种类型商客市场的网格视图的制作
- ◇ 如何利用视图快速发现重点目标客户
- ◇ 如何利用视图合理布置营销资源
- 可视化管理—看板管理
- ◇ 看板管理的意义在哪里
- ◇ 如何让重点商机可视化
- ◇ 重点商机的六个进度节点
- 营销例会如何开
- ◇ 日会/周会/月会的内容应有哪些侧重点

- ◇ 如何开一个高效的营销例会
- ◇ 如何利用例会进行销售动作的固化
- ◇ 如何利用例会进行团队氛围的激励

■ 案例分享：广东某地市直销团队网格地图示例

第四部分、课程总结与答疑