

2010 销售管理者——驾御营销

实战公开课

2010年5月21-22日

Marketing For Sales Leaders

Public Seminar, 2010.

MFSL™



中国培训界唯一专门针对销售管理者的营销（Marketing）课程，“将直线的销售变成立体的营销”

## 销售管理者——驾御营销 Marketing for Sales Leaders

2010年5月21-22日，上海华亭宾馆

作为销售管理者，我们必须具有分析宏观、中观、微观形势的大局观，在对整个营销系统及环境分析的基础上寻求提升业绩的突破口。作为销售管理者，我们同时应根据环境的变化及趋势，重新制订与调整销售计划，打造新的销售竞争力。作为销售管理者，我们也应创造出更多的营销组合手段，创新性地开拓业务，提升销售额。作为销售管理者，我们更应把多种营销的元素，融合到销售流程中，用营销来驱动销售。

### **营销驱动销售，业绩逆市而升**

“我们的销售总监及销售经理们由于业绩的压力而往往身陷事务，视角狭窄，他们中的很多人

- ✓ 缺乏从营销的高度看销售的大局观，市场及客户开发的手段单一；
- ✓ 过度依赖人员销售，不熟悉也不擅利用其他的营销组合工具驱动业绩增长；
- ✓ 只注重销售技巧与销售方法，而忽略了其他营销手段及资源的配合与协调；
- ✓ 不会兼顾销售驱动与营销驱动，因而促进业绩增长的推动力大受限制；
- ✓ 销售执行与企业整体的营销战略严重脱节……

——Eric Cheung，课程开发者，新加坡营销专家

### **[驾御营销对销售管理者的重要价值]**

新加坡籍的营销专家 Eric Cheung 列数了企业负责销售的管理者（销售总经理、销售总监、销售经理、区域销售经理、客户经理等）因忽视或不擅“营销-Marketing”而表现出的症状及所产生的问题。

很多销售管理者因不能从营销系统的全局去分析销售问题，不会通过多元的营销组合手段去推动业绩提升，不擅把营销的理念与方法融入销售过程及执行中，结果使驱动绩效增长的销售竞争力大大降低。

“营销-Marketing”绝对不仅是企业总经理或者市场总监的职能，更是销售管理者推动销售额持续增长必须掌握的手段与工具，因为 **Marketing**:

- ✓ 能给予销售管理者分析诊断问题，制订计划策略特别缺乏的大局观；
- ✓ 能提供给销售管理者实现业绩目标更多创造性的策略，手段及工具；
- ✓ 能使销售策略与计划的执行更好地整合企业内外环境中的各项资源；

- ✓ 能更好地把市场特征及细分，产品定位及生命周期，品牌传播等要素用于销售的计划及过程中，使销售的方法及努力有了“利基-basement”；
- ✓ 能帮助销售管理者把有效的营销元素应用到销售过程中的各个环节……

**Marketing For Sales Leaders™** 作为中国培训界独一无二的专门针对销售管理者的营销培训课程，将从营销系统全局的分析，营销与销售的结合，营销手段如何促进销售，营销方法如何融入销售过程等角度，帮助销售管理者驾驭营销，从而推动销售。

### [课程推荐理由]

- ✓ 中国培训界唯一的专门针对销售管理者的营销课程。
- ✓ 提供全新的营销定义及视角，专门针对销售管理者，有别于营销教科书上的营销理论。
- ✓ 提供一系列有别于传统营销与销售的实施体系与工具。
- ✓ 由中文版的开发者之一，新加坡营销专家 **Eric Cheung** 亲自授课。
- ✓ 本次公开课将全新的各种原理、方法融合进系统分析图，便于掌握。
- ✓ 本次公开课将云集各大著名企业的销售总监及销售经理。

### [课程精彩内容提前分享]

- ✓ **通过营销系统(Marketing System)分析来重新审视销售**
  - 您看过用一张图就能完整深入地剖析营销的全部要素及相互关系吗？Philip Kotler 做不到，而 Eric Cheung 能做到！
  - 您看过用一张图就能表述经营层面、营销层面、销售层面的三元关系，并用以分析决定销售结果的要素及任何销售问题的根源吗？
  - 您想了解如何通过做好“营销”而让“销售”变得多余吗？
- ✓ **以营销利基（Marketing Basement）为基础来制定及实施销售计划**
  - 您想知道如何通过“营销计划工作表”使经营计划、营销计划、销售计划紧密连接，步步推进吗？
  - 您想学习本课程独有的销售竞争力分析的 10 大系统，让自己如获火眼金睛，真正做大知己知彼，而非雾里看花吗？
  - 您想学习本课程创新的营销活动执行中的 4+2 控制手段吗，使一切尽在掌握？
- ✓ **创造性地利用营销组合 (Marketing Mix)全面推动销售增长**
  - 您熟悉 4P 组合如何应用在销售领域吗？您知道如何合理避免 4P 的局限性与不足吗？
  - 您学习过本课程独特的 RSVR 组合吗？您知道这一组合对 B2B 销售的价值与意义吗？
- ✓ **将营销元素（Marketing Elements）融入销售过程的各个环节**
  - 您想学习如何用“营销”的方式做“销售”吗？
  - 您想知道如何用营销中的“差异化”理念做销售吗？
  - 您想知道如何用营销中的“信任度”视角做销售吗？
  - 您想知道如何用营销中的“期望值”模型做销售吗？
  - 您想知道如何用营销中的“左右脑思维”方式做销售吗？

## [课程大纲]

### 导言

- ✓ 营销的核心准则
- ✓ 营销驱动 VS 销售驱动
- ✓ 销售管理者在营销执行中的角色
- ✓ 销售管理者的营销盲点

### 第一模块 分析与整合营销系统（Marketing System）以推动销售增长

- ✓ 以销售为目标的营销系统的6C要素结构图
- ✓ 以销售为目标而进行的营销环境剖析---内部系统及外部系统
- ✓ 营销管理三层面的协调与整合---经营（Operation），营销（Marketing），销售（Sales）
- ✓ 从营销系统分析影响销售业绩的宏观及微观要素----天、地、人、事、物五元图解
- ✓ 建立基于营销战略及营销资源基础上的销售战略
- ✓ 销售管理者必须培养大局观

### 第二模块 建立以营销利基（Marketing Basement）为基础的销售计划及策略

- ✓ 区域市场的潜力评估及竞争力分析
- ✓ 市场（客户）细分策略
- ✓ 目标客户定位及分析
- ✓ 产品生命周期分析
- ✓ 与竞争对手的比较优势分析
- ✓ 营销资源（内部及外部）分析与确立
- ✓ 目标市场（客户）的接触渠道及接近方式
- ✓ 根据目标市场（客户）的潜力来分配营销资源及销售团队
- ✓ 市场区域业务计划的制订

### 第三模块 创造性地利用营销组合( Marketing Mix)全方位推动销售增长

- ✓ 销售区域中的营销组合（MIX）的4Ps及R/STP战略的整合部署
- ✓ 根据区域市场需求进行产品定位及产品要素的排序(Product Attributes Rating)
- ✓ 建立及宣传独一无二的产品价值主张（USP）
- ✓ 产品价格/价值矩阵分析( Price/ Value Matrix)
- ✓ 掌握向市场及客户进行品牌传播的每个过程(Branding)
- ✓ 根据目标市场选择最佳的渠道（Place）组合进行产品销售
- ✓ 根据区域市场构建包括人员销售在内的促销组合手段（Promotional Mixes）
- ✓ 区域中促销组合的要素及创新性广告宣传手段的发展
- ✓ 与市场部的协调一致

### 第四模块 将营销元素（Marketing Elements）融入销售过程的各个环节

- ✓ 成功销售方程式
- ✓ 销售团队管理中必须关注的营销问题
- ✓ 销售步骤中必须关注的营销问题
- ✓ 应用多元渠道组合去开发客户
- ✓ 应用定位原理给客户独特印象
- ✓ 应用品牌管理去塑造高质量客户沟通
- ✓ 应用产品价值/价格矩阵进行客户谈判
- ✓ 应用广告传播原理进行产品呈现及演示
- ✓ 应用促销手段去促进客户购买决定

## [课程参会对象]

企业总经理，销售总经理，营销总监(经理)，销售总监(经理)，市场总监(经理)，区域销售经理，客户总监(经理)，产品经理等

## [参会费用]

RMB 4,980 元/人，包括培训费，教材费，结业证书，2 天的午餐和茶点。

## [讲师介绍]

Eric Cheung，新加坡著名的营销实战专家，Marketing For Sales Leaders 课程中文版的研发者。张先生是英国(皇家)特许公认营销学会 CIM/UK 的专业会员，英国伦敦工商考试局指定培训顾问，新加坡营销学会资深会员，新加坡中华总商会资深会员，香港专业管理协会永久会员，被国内著名的高等学府复旦、交大等特聘为外籍营销教授。张先生也被上海市咨询专业委员会聘任为高级咨询师资格证书班外聘 TTT 培训师。

张先生有超过 25 年(其中 15 年在中国地区)营销实务及销售实战经验，曾在多家著名跨国公司担任要职。他曾长期担任日本丰田汽车集团驻华区域总代表，后又受香港亚洲资源有限公司邀请担任营销副总职位。

张先生拥有丰富的营销工作经验，但同时也积极参与到营销与销售管理课题研究。他师从北京大学厉以宁、萧灼基等著名教授，兼任北京市场经济研究所的高级研究员，是一位实战与理论兼修，实务与培训兼顾的一流专家。

他创新了营销体系，率先进行了销售与营销系统的整合研究，建立了全新的成功销售方程式，努力使美国的营销方法与中国的企业文化有机地融合在一起。

中国的许多著名企业包括上汽集团、摩托罗拉、TCL、SVA、上海烟草、华联集团、日立集团、夏普公司、中远集团、施乐公司、APP 金光集团、神州数码、恒生电子、昂立集团等 100 多家，都接受过张先生的培训与指导。

## [往届学员反馈]

“我是做老总的人，国内外均参加过各种课程，能够将销售与营销融为一体，引古博今您为唯一人。”

——夏威，总经理，天祥集团

“感谢张老师把原本枯燥的营销理论，变为精彩的讨论话题。”

——王彬婷，营销处长，中国石油销售公司

“我们公司先安排销售总监参加了 ERIC 的公开课，收益很大。之后又邀请 ERIC 给我们公司全中国的销售经理进行了 MARKETING FOR SALES LEADERS 的培训，平均分为 88 分，大家都觉得开拓了思路，提升了眼界，找到了突破口。”

——洪亮，销售培训经理，阿姆斯壮世界工业中国有限公司

“您是我所遇见的最好的老师，希望我们能成为最好的朋友！”

——周惠文，销售副总裁，梅耶博格机械设备

“理论与实践结合是您授课最成功也是最吸引学生的地方。”

——黄政，大客户销售总经理，沃尔沃建筑设备(中国)有限公司

“听君一堂课，胜似三年 MARKETING。”

——蒋芳琴，总经理 Electrochem Solutions Inc./Greatbatch Ltd.



# 销售管理者—驾驭营销

## 报名回执

请填写本表并传真至 021-54788957，或 email 至 [harryw@kbcchina.com](mailto:harryw@kbcchina.com)。谢谢！

### 公司资料

公司名称：\_\_\_\_\_ 业务性质：\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_ 邮编：\_\_\_\_\_

公司规模（人数）：1~19 20~50 50~100 100~500 500~1000 1000 以上

### 参会人员资料

姓名：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_ 直线/手机：\_\_\_\_\_ 电邮：\_\_\_\_\_

姓名：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_ 直线/手机：\_\_\_\_\_ 电邮：\_\_\_\_\_

姓名：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_ 直线/手机：\_\_\_\_\_ 电邮：\_\_\_\_\_

### 联系人资料

姓名：\_\_\_\_\_ 部门：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_ 传真：\_\_\_\_\_ E-mail：\_\_\_\_\_

### 参会费用

RMB 4,980 元/人，包括培训费，教材费，结业证书，2 天的午餐和茶点。

### 付款资料

开户行：中国建设银行上海市七宝支行

账户名：上海开隆商务咨询有限公司

账户：31001639600056001071

### 发票资料

公司名称：\_\_\_\_\_ 发票项目：\_\_\_\_\_

### 报名流程

1. 请填写本报名表并传真至 021-54788957，或 email 至 [harryw@kbcchina.com](mailto:harryw@kbcchina.com)。我们在收到您的报名表后将通过电话或 email 确认您的报名。
2. 请按照以上付款资料付款，我们在收到款项后将提供正式发票。如果您需要提前获取发票以便内部的付款流程，请致电黄先生，电话 021-54788759。
3. 我们将在会前一周提供正式的参会确认函，供参会人员现场报到。
4. 如果有任何问题，请联系黄先生，电话 021-54788759。