

**擅于营销的销售者=**

**销售导向的营销大局观+营销布局力+组合营销策略+营销-销售方程式**

## The Marketing Way of Sales

# 基于营销（Marketing）的销售（Sales）韬略

2012年3月9-10日，上海华亭宾馆

### 作为肩负销售任务的管理者：

1. 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。
2. 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。
3. 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。
4. 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。

### 作为 Sales 高手的您：

1. 是否已经培养了“**营销大局观**”，能全方位地诊断分析营销环境中的业绩影响要素及其互动关系？
2. 是否培养了“**营销布局力**”，能高屋建瓴地进行销售的全局性规划和整合布局？
3. 是否真正掌握了“**组合营销策略**”，会使用超越 4P 的全组合营销策略来驱动业绩增长？
4. 是否把握了“**营销+销售方程式**”，能将营销的技巧和元素运用在具体的客户沟通和销售流程中？

我们的销售管理者们由于注重销售任务的完成和销售目标的实现，导致他们中的很多人患上了“营销近视症”：

- 缺乏从营销的高度看销售的大局观，盲目地投入销售资源，使用不合适的销售策略；
- 不会进行营销内外环境的全局分析，找不到驱动业绩增长的关键点，往往事倍功半；
- 缺乏营销组合的全方位手段，只注重人员销售，而忽略了多手段的组合策略；
- 不懂得营销规划分析计划与销售执行落实之间的整合与关联，营销与销售脱节。

——Eric Cheung，课程认证讲师

## 销售资深人士为何要参加

- 本次公开课将是中国培训界唯一的一个专门为**销售资深人士**量身订制的营销课程，目前市场上无同类或者相似课程。
- 本次公开课将提供**全新的营销定义**及视角，两大层面，四个模块，专门针对销售资深人士，有别于营销教科书上的营销理论。
- 本次公开课将提供一系列有别于传统营销与销售的实施体系与工具，尤其**图解营销**是授课的一大特色。
- 本次公开课由中文版的开发者之一，新加坡营销专家 Eric Cheung 亲自授课，他被认为是中国营销培训界的**最富理论知识与实践经验**的专家之一。
- 本次公开课将提供大量全新的思维、方法、技巧和策略，很多是学员**前所未闻**的。
- 本次公开课将云集各大著名企业的销售决策者，**精英汇聚**，才思碰撞。

## 课程结构和大纲

### A 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？

### B 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，让自己如获火眼金眼睛，真正做到知己知彼，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？

### C 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？

### D 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？

<p>导言</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ 营销的核心准则</li> <li>✚ 营销驱动 VS 销售驱动</li> <li>✚ 销售管理者在营销执行中的角色</li> <li>✚ 销售管理者的“营销盲点”</li> </ul>
<p>第一模块</p>	<p><b>分析与整合营销系统（Marketing System）以推动销售增长</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ 以销售为目标的营销系统的 6C 要素结构图</li> <li>✚ 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</li> <li>✚ 营销管理三层面的协调与整合---经营（Operation）,营销（Marketing）,销售（Sales）</li> <li>✚ 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</li> <li>✚ 建立基于营销战略及营销资源基础上的销售战略</li> <li>✚ 销售管理者必须培养大局观</li> </ul>
<p>第二模块</p>	<p><b>建立以营销利基（Marketing Basement）为基础的销售计划及策略</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ 区域市场的潜力评估及竞争力分析</li> <li>✚ 市场（客户）细分策略</li> <li>✚ 目标客户定位及分析</li> <li>✚ 产品生命周期分析</li> <li>✚ 与竞争对手的比较优势分析</li> <li>✚ 营销资源（内部及外部）分析与确立</li> <li>✚ 目标市场（客户）的接触渠道及接近方式</li> <li>✚ 根据目标市场（客户）的潜力来分配营销资源及销售团队</li> <li>✚ 市场区域业务计划的制订</li> </ul>
<p>第三模块</p>	<p><b>创造性地利用营销组合（Marketing Mix）全方位推动销售增长</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ 销售区域中的营销组合（MIX）的 4Ps 及 R/STP 战略的整合部署</li> <li>✚ 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)</li> <li>✚ 建立及宣传独一无二的产品价值主张（USP）</li> <li>✚ 产品价格/价值矩阵分析( Price/ Value Matrix)</li> <li>✚ 掌握向市场及客户进行品牌传播的每个过程(Branding)</li> <li>✚ 根据目标市场选择最佳的渠道（Place）组合进行产品销售</li> <li>✚ 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）</li> <li>✚ 区域中促销组合的要素及创新性广告宣传手段的发展</li> <li>✚ 与市场部的协调一致</li> </ul>
<p>第四模块</p>	<p><b>将营销元素（Marketing Elements）融入销售过程的各个环节</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ 成功销售方程式</li> <li>✚ 销售团队管理中必须关注的营销问题</li> <li>✚ 销售步骤中必须关注的营销问题</li> </ul>

- 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

## 参加对象

企业总经理、销售总经理、销售总监、销售经理、区域销售经理、销售主管、客户经理、客户主管等

## 授课讲师

Eric Cheung 是新加坡著名的营销实战专家，The Marketing Way of Sales 课程中文版的研发者之一。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如复旦、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，兼任担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。

## 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，引古博今仍您为唯一人。”
- “感谢张老师把原本枯燥的营销理论，变为精彩的讨论话题。”
- “您是我所遇见的最好的老师，希望我们能成为最好的朋友！”
- “理论与实践结合是您授课最成功也是最吸引学生的地方。”
- “听君一堂课，胜似三年 Marketing。”

# The Marketing Way of Sales

## “基于营销的销售韬略” 参会回执

2012年3月9-10日, 上海华亭宾馆

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

人民币 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: 3100 1639 6000 5600 1071

### 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。