**前 言**

* 为今天工作成绩优异而努力学习，为明天事业腾飞培训学习以蓄能！是企业对员工培训的意愿，是学员参加学习培训的动力，亦是蓝草企业孜孜不倦追求的目标。
* 蓝草企业提供的训练培训课程以满足初级、中级、中高级的学员（含企业采购标的），通过蓝草企业精心准备的课程，学习达成当前岗位知识与技能；晋升岗位所需知识与技能； 蓝草企业课程注意突出实战性、技能型领域的应用型课程；特别关注新技术、新渠道、新知识创新型知识课程。
* 蓝草企业坚定认为，卓越的训练培训是获得知识的绝佳路径，但也应是学员快乐的旅程，**蓝草企业的口号是：为快乐而培训 为培训更快乐！**
* 蓝草企业为实现上述目标，为培训机构、培训学员提供了多种形式的优惠和增值快乐的政策和手段，恭请致电13601837936，了解详情。

2018年蓝草企业特别为学员终端客户推出“快乐Plus大礼包”政策（适用范围）

1.2人以上（含2人）同时报名，享受实际报价的90%。

2.5人以上（含5人）同时报名，享受实际报价的80%。

3.学员学习期间可以得到“快乐培训增值礼”

报名学习蓝草企业的培训等学员可以申请免费成为“蓝草club”会员，会员可以免费参加（某些活动只收取成本费用）蓝草club定期不定期举办活动，如联谊会、读书会、品鉴会等。

报名学习蓝草企业培训的学员可以自愿参加蓝草企业“蓝草朋友圈”，分享来自全国各地、多行业多领域的多方面资源，感受朋友们的成功快乐。

培训成绩合格的学员获颁培训结业证书，某些课程可以获得国内知名大学颁发的证书（学员承担成本费用）

成为“蓝草club”会员的学员，报名参加另外蓝草举办的培训课程的，可以享受该培训课程9折优惠。

4.学员学习期间可以得到“快乐Plus大礼包”

免费中午营养午餐

可获课件（PDF版）及教材

培训期间学习态度认真的，并表现优异可有机会获得奖学金

来临授课城市外地学员，享受当地旅游观光费用补贴（价值100元）

蓝草企业：为快乐培训 为培训更快乐！

未尽事宜，恭请致电13601837936，了解详情。

 **总经理视角下的营销管理**

**适合对象：**公司高管、营销总监、市场与销售部经理，大区经理，各区域经理

**课程目标：**

1.深刻了解营销体系与营销团队中遇到的激励、分配问题及其成因；

2.理解营销从战略、策略到组织的整体系统，清晰从整体到局部的突破思路；

3.掌握从一线平台到营销总部组织，构建的四大原则与8项要点；

4.掌握营销团队的组建、考核、激励与培育四大系统，熟练运用相关技能；

5.谙熟经理人员的沙场选拔、激励与培养，熟悉建立可持续性营销组织的技巧。

**课程课时：**12课时

**培训形式：**全程案例讲授与启发。问题导入、案例分析、咨询式培训与解答等

**第一讲：困境与组织挑战**

**一、常见困境7种表现**

1.整体战斗力弱，乌合之众，群龙弱首

2.团队凝聚力差，官兵不和，人员涣散

3.管理职能失度：一抓就死，一松就乱

4.总部职能缺失：各自为战，协同不畅

5.团队建设滞后：素质差，赶不走，留不住

6.综合管理失衡：简单的人治，缺少制度与机制

7.缺乏精神追求：单纯利益导向，没有精神追求

**二、成因与背景分析**

1.宏观原因：快速发展下的浮躁商业生态，缺少底线，不留余地

2.中观原因：缺少市场驱动的战略引导，企业愿景与战略不清

3.微观原因：缺少基本的管理机制与管理手段

**三、组织面临着严峻的挑战**

1.行业性迷茫：行业结构在调整

2.战略性迷茫

3.组织性迷茫

**第二讲：突破与组织设计**

**一、突破的方向**

1.营销组织的定位分类

2.营销组织的正确定位

3.营销组织的错误定位

**二、内外因素作用**

1.内外变量模型

2.外部变量因素

1）企业发展周期因素(本质是战略)

2）产品复杂度因素（从单一到复杂）

3）客户群差异度因素（从简单到复杂）

3.组织变量因素

1）集分权程度的因素

2）职能设计的因素（结构；大政府—小企业，小政府---大企业）

3）组织架构的因素（苹果到梨状；专业性与综合性）

4）内外变量的综合作用

**三、探索与实践**

1.外部决定论

2.经营战略决定论

3.核心者思想决定论

**第三讲：目标管理与超越**

**一、营销目标的价值与力量**

1.目标的价值

2.经营的力量

3.组织的力量

**二、目标管理的三要素**

1.目标立起来

2.深信必达成

3.结果关利害

**三、目标达成的五大步骤**

1.责任人目标承诺

2.策略与计划分解

3.坚定实施日计划

4.围绕执行找方法

5.定期考核与总结

**第四讲：绩效管控与引导**

**一、绩效管理误区**

1.粗放市场导向的绩效

2.过于基于短期的绩效

3.被绩效毁掉的公司

**二、绩效的职能**

1.绩效是过程与成果

2.绩效就是员工潜质

3.绩效是系统与平衡

**三、营销实践与策略**

1.增量市场的绩效导向

2.存量市场的绩效导向

3.平衡与切换的决策

**第五讲：薪酬体系与激励**

**一、薪酬设计的难点**

1.工业品业务员特点

2.工业品营销管理特点

3.薪酬设计的六大难点

**二、原则与策略**

1.设计的四大原则

2.设计的四大策略

**三、薪酬与策略的挂钩**

1.“蛋糕理论”的应用

2.薪酬模式决定结构

3.绩效考核决定薪酬

**第六讲：总部职能的构建**

**一、市场部职能与管理**

1.研究职能：信息收集----研究分析

2.规划职能：品牌与市场--产品与价格—广告与推广---渠道

3.管理职能：预算与计划---信息---人员培训等

**二、销售部职能与管理**

1.管理职能：对内业务管理----对外客户管理

2.服务职能：一线界面----客户界面---内部界面

3.策划功能：战术型—点对点，分销售、客户、配合三类

**三、服务支持部门的管理**

1.业务与财务类

2.人事与行政类

**第七讲：区域平台的创建**

**一、三大经营任务**

1.目标与策略体系

2.计划与预算体系

3.控制与纠偏体系

**二、四大管控机制**

1.业务---经营性分析；品类、客户、现金流、费用

2.财务---委派、轮岗、预算、收支两线，定期审计

3.人事---要职任命、上粗下细、建决相见，理性考核

4.行政---考勤、办公、财产、法律

**三、五大管理工具**

1.例会应用的要点

2.表格应用的要点

3.访客应用的要点

4.随访制及其应用

5.学习制及其应用

**第八讲：团队组建与培育**

**一、高效团队的特征**

1.目标—支持—成果

2.信任—承诺—沟通

3.领导—互补—结构

**二、团队周期与管理**

1.团队周期管理与实践

2.招聘原则与实操技巧

3.团队类型与管理要点

4.应对“流失”的六大对策

**三、团队激励方法与实操**

1.激励的策略与原则

2.激励的方法与手段

3.基层实用激励方法

**四、团队的分层培训**

1.基层培训要点与实用法

2.中层培训要点与实操

3.高层培训的关键分析

**第九讲：干部选拔和历练**

**一、七位经理人案例分析**

1.背景论：区域决定高度、视野与格局

2.周期论：职业的阶段误区与烦恼

3.机会论：贵人的出现，能意识到机会，素质与能力

4.目标论：价值观与潜意识

**二、经理人成长的类型**

1.经营力型；商业表现—-业绩成果—卓有成效的经营

2.组织力型；贡献意识---专家协同意识—体系协同意识

3.创新力型；持续的学习能力，调整自身的知识结构

4.决策力型；选择正确的的事，选择比努力更重要

**三、经理人的职业生涯**

1.专业的结构：业务—管理—人事三位一体

2.实践的阅历：接触一线，感受商业界面，先亮剑后潜伏

3.总结的功效：阶段性反思，静则瞑目，潜意识感悟

4.修炼的意义：“卓有成效”是经理人成长与成熟的必然路径

**实战型能落地营销/管理专家-张文升讲师介绍**

滨江双创联盟理事长；营销新理论“迎销理论”创立者；天津财经大学客座教授；上海蓝草企业管理咨询有限公司首席研究员；北京维沃联合品牌设计顾问有限公司总经理；多家知名企业特聘高级管理顾问；专著《迎销－大数据时代的营销出路》

 张老师1991年南开大学硕士毕业后在南开大学任教，后进入企业界长期服务于国际国内著名企业集团和上市公司如可口可乐有限公司、华润集团、上海罗莱家用纺织品有限公司（中国家纺领军企业，上市公司）担任总监、常务副总经理、总经理等高级管理职务，在著名外资企业、特大型国有企业、大型民营企业等类型以及海外企业的历练，深刻理解了多种企业类型的运作方略和多元化的企业文化建设战略与策略。张老师多年在企业管理、公司战略规划、市场营销、品牌建设、员工管理、绩效考核、上市公司等等方面有着丰富的实践经验；深刻理解了东西方管理精髓。听张老师上课，可以聆听他的职场经历，分享他的成绩，如何建立可口可乐的多渠道市场；如何让罗莱家纺在市场成为第一的故事；如何让香榭里纺织品成为业界领先者；如何在海外营销及客服经历，干货多多！

**擅长领域**：战略管理 /领导力系列 / 经典营销 /新营销 /大数据营销

**授课风格：** 广大的学员认为授课风格为：幽默风趣、条理清晰、实战、理论联系实际。

具备独立知识产权的独特课程，为国内培训课程系列中罕见。

《迎销－大数据时代营销思维与实战》

《总经理视角下的营销管理》

《财务体系人员的营销管理》

《电子商务品牌成功之路－塑造高情商品牌》

《互联网时代下的品牌引爆》

《互联网＋运营创新》

《精准数据营销实战》

《卓越营销实战－企业成功源于成功的营销策划》

《卓越营销实战－新营销时代新促销设计与执行》

《卓越营销实战之打造双赢客户－关系营销》

《卓越客户服务及实战》

《海外市场客服及实务》

《金牌店长全能训练》

《新时代会员管理实战训练》

等等课程

|  |  |
| --- | --- |
| **单 位 名 称:** |  |
| **联系人姓名:** |  | **部门/职务:** |  |
| **手 机:** |  | **E-mail:** |  |
| **Q Q:** |  | **微 信:** |  |
| **业务性质：** |  | **企业规模/人数：** |  |
| **培 训 学 员 信 息** |
| **姓 名** | **性 别** | **职 位** | **手 机** | **E-mail** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **缴费方式** |   □ 转帐 □ 现金 （请选择 在□打√） | **金 额** |  |
| **费用总计** | ￥ 元　（共 人参会） |
| **住宿要求** | 预定：双人房\_\_\_间；单人房\_\_\_间，住宿时间：\_\_ 月 \_\_ 至 \_\_ 日 (不用预定请留空) |

（需要预定住宿的请参考我司课程《确认函》中的住宿酒店信息）

注意：

→ 请将报名表填写完整，发至我方即可。我方收到报名表后，将以电话、传真或E-mail等方式确认收到报名表。

→ 请在培训之前三个工作日内将报名表回传,课前一周另行发送详细会务安排

→ 本课程可针对企业需求，上门服务，组织内训，欢迎咨询。

→ 请参会学员准备一盒名片,以便学员间交流学习。

→ 请准备几个工作中遇到的问题以便进行讨论。

此表所填信息仅用于招生工作，对所填写的客户信息，我司严格保密，如需参加请填写回传给我们，以便及时为您安排会务并发确认函，谢谢支持！