**《大数据时代的销售行为管理》**

**—精细化销售管理、数据分析与预测**

开课信息

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **开课期数** | **开课时间** | **星期** | **课程费用** | **开课地点** |
| 第一期 | 2019年01月24~25日 | 周四一周五 | 6980元 | 上海 |
| 第二期 | 2019年07月11~12日 | 周四一周五 | 6980元 | 上海 |
| 第三期 | 2019年11月14~15日 | 周四一周五 | 6980元 | 上海 |
| **备注** | 案例式教学，小班授课，限招35人；以报名先后顺序为准，满班后的报名学员自动转为下期；课程费用含教材、场地费、午餐、茶歇费及税金。 |
| **报名流程** | 填写最后一页的报名回执表并发送给相关联系人； |
| **听课须知** | 1、 自备电脑，安装好2010或2013版本Office（注：不是WPS）；2、 一定携带鼠标（课程节奏紧凑，触摸屏会浪费时间）。 |

课程概述

* 大数据时代的到来，使得营销数据的取得由片面的拓展成全面的，由统计级的变成在线的。本课程通过讲师在大数据时代环境下建立一个企业营销运营实际案例为主线，以企业实战数据为基础，对企业销售运营数据统计分析实用技术进行透彻分析，系统讲解企业运营中的销售计划指标的设定\数据取得\分析方法，并且通过常用的Office工具来制定运营模型，对企业市场拓展和销售计划制定和执行的跟踪、调整进行有效控制，并采取相应的考核制度进行保障，使你降低运营风险和有效开拓市场。
* 课程中会特别讲授销售计划的制定、跟踪、调整及管理
* 精细销售管理先从销售计划的制定与管理开始，销售目标是龙头，如果计划中的销售目标与实际差异巨大，将直接影响到企业的生产和库存。如果我们生产出来的产品不是市场需要的，将导致大量的库存积压；市场需要的产品缺货，将导致产能的浪费和市场机会的丧失。因此必须尽量准确地确定每个月的销售目标。
* 每个企业，都会有自己清晰的全年销售目标。企业制定销售计划时，往往是根据企业的目标和自己的销售情况安排下一阶段的销售计划。但是这是不全面的，我们的产品从公司发运后是不是真的卖出去了？在销售渠道中我们的库存是多少？我们的经销商的平均销量是多少？我们的终端动销情况如何？我们自己的库存加上整个销售渠道的库存才是我们的真正的库存，整个渠道的销售才是我们的真正销售。如果不考虑渠道，我们制定的销售计划就是闭门造车，其结果或者是导致渠道压货，或者是出现缺货情况。
* 计划制定只是管理的开始，市场往往会以企业意想不到的变化来考验企业的管理能力。如何跟踪计划和调整计划的速度会成为企业成功的核心竞争能力。要把这种能力转化成企业的知识管理，把营销人员的经验积累下来，降低企业运营的成本和风险。

课程板块



课程亮点

* 案例**情景**化，所有讲授的案例就像发生在每个学员的身边；
* 通过分析交易明细，哪个产品卖的好？什么时间卖的？谁卖的？什么时候买的？为什么买的？分析了这些就可以投其所好，**精准营销**；
* 数据分析的结果**揭露**了很大的**秘密**，大数据带来的是隐私的消失，有了数据可以给我们带来**无限的可能性**。

课程收益

1. 您可以知道您的盈利和成长型客户、供应商、产品在哪里。
2. 您可以在保持销量的同时，调整您的客户、产品结构，针对不同的客户群采用不同的市场策略。
3. 您可以有把握的预测未来的销量趋势，合理制定供应商调整策略、货架调整策略。
4. 您可以直观地掌握产品的销售走向，并制定相应的产品调整策略。
5. 您可以量化促销和销售的关系，对促销进行有效管理。
6. 您可以有效跟踪促销效果和竞争对手价格动态，适时调整销售政策。
7. 您可以直观地掌握采购品种的价格、销量、竞争对手倾向走向，并制定相应的采购策略。
8. 您可以跟踪您的收银通道资源利用效率，合理控制人力资源。
9. 您可以分析客户购买习惯，合理调整品类地域布局和人流规划。
10. 您可以知道您的销售管理人员和采购人员的行为模式，适时调整人员结构，提升人力资源效率。
11. 您可以跟踪您的工作进程和结果分析，改善您的工作。
12. 您可以掌握建立销售管理与分析的模型的方法，关键是掌握分析思路和纬度。
13. 您可以通过学习行业内其他公司的管理案例，启发管理思路。
14. 您可以把您平时工作中的疑难问题带到开课现场，快速找到解决方法。如果愿意，用贵公司的数据模型做分析也可以。

课程大纲

**模块一：完善的销售运营报表体系**

1. 从统计到决策的销售报表体系建设
2. 案例分析：六层报表实际案例展示

**模块二：管理理念下的实用数据工具**

1. 统计和计算过程是机器的事

**案例分析：数据挖掘工具使用**

1. 矩阵分析的应用
2. 敏感性分析寻找管理方向

**案例分析：多维度规划**

**模块三：制定计划组织和流程——使得数据的取得更简捷、准确**

1. 支持职能部门和营销部门的关系
2. 市场部门和销售部门在销售管理中的角色
3. 销售计划流程穿越和改善

**模块四：销售分析管理方法务实——把统计工作交给机器，你只要考虑管理思路**

1. 销售数据的基础结构分析和数据整合
	* 直营体系销售数据统计模型建立和分析方式
	* 渠道经销商经营性数据统计模型建立和分析方法
2. 趋势预测工具使用
	* 产品销售趋势数据分析模型案例分析
	* 新品上市跟踪分析和预测模型
3. 多方案模型工具使用
	* 促销费用的口径与流程
	* 促销效率和价格影响数据分析模型案例分析
4. 规划运筹工具使用
	* 直营门店经营推演
	* 销售品类比例规划

**模块五：销售计划制定**

1. 销售计划的正确范围
2. 月销售目标的分解
3. 促销活动的行动计划——让销售计划成为营销计划
4. 整个组织的信心——反身理论的应用

**模块六：销售计划的执行——实时评估是执行的基础**

1. 销售计划的执行重点是动销过程的监控
2. 建立利用促销手段来主动修正销售计划达成

**案例分析：实用的售罄率跟踪模型**

**模块七：销售计划的分析和跟踪**

1. 信息系统下的销售计划跟踪体系
2. 选择合适的考核制度来保障计划落实

讲师介绍

**杨云老师**

* 上海地平线培训网首席顾问
* 上海交通大学特聘教授
* 吉林大学兼职教授
* 中国顶级企业家俱乐部正和岛顾问
* 上海市品牌授权经营企业协会的创始人
* 潮牌大嘴猴服饰品牌和互联网爆款55度杯的背后推手
* 拥有十多年各行业丰富的咨询、项目顾问及培训经验，在品牌运营、数据和标准化管理等方面有丰富经验和独到见解
* 现为上海达橙实业有限公司董事长，同时是全球领先的CEO发展机构伟事达中国私人董事会主席和教练

**背景介绍：**

1. **职场经验：**

6年海外生活工作经验、5年外企工作经验、15年企业高管管理经验，目前自己运营一家合资实业公司。

曾任正和岛副总裁，在正和岛一年的工作过程中做了很多项目，包括风口论坛、创新大集和游学。

曾担任澳大利亚 BEVERLY HILLS教会学校中文教师；澳大利亚 Classique Furniture Pty. Ltd. Australia 上海办事处首席代表；宝隆洋行英特尔乳品有限公司行政主管；均瑶集团企业总裁办公室行政经理；均瑶集团人力资源总监助理、企业标准化部长；均瑶集团文化传播公司总经理；均瑶集团乳业股份公司总经理；上市公司大东方股份有限公司董事。

具有十多年各行业丰富的咨询、项目顾问及培训经验，尤其熟悉快销、零售、文化产业、制造业和房地产行业。

85年中国第一批程序开发员,主持实施SAP，用友等ERP软件，以顾问式、项目式管理方式，帮任职企业解决众多实际管理问题。

1. **学历及教育背景：**

上海师范大学 理论物理系 学士

澳大利亚悉尼大学 教育系 访问学者

上海交通大学 管理学院 MBA

美国西海岸大学 工商管理博士 DBA

**报名表格**

**课程名称：《**大数据时代的销售行为管理》

**上课时间：**

**课程费用：**6980元/人

**上课地点：**上海

|  |  |
| --- | --- |
| 公司名称： |  |
| 公司地址： |  |
| 联系人： |  | 电话： |  |
| 性 别： |  | 传真： |  |
| 部门及职务： |  | E­-mail |  |
| 参加人姓名： | 部门及职务 | 手 机： | E-mail |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **您的其他要求和相关说明：*** 付款方式：□现场交课程券 □课前汇款 □其他
* 预定宾馆：□需要 □不需要 住宿标准及预算要求
* 预定票务：□需要 □不需要 车次或航班要求
* 其他要求：

**听课须知：**1. 案例式教学，小班授课，限招35人；（以报名先后顺序为准，满班后的报名学员自动转为下期。）
2. 自备电脑，安装好2010或2013版本Office（注：不是WPS）；
3. 一定携带鼠标（课程节奏紧凑，触摸屏会浪费时间）。

**银行账号：**同砺公司银行账号开户银行：农业银行上海四平路支行户 名：上海同砺企业管理咨询有限公司账 号：0337 4600 0400 1060 6银行行号：103290042095**联系方式：**林苗（渠道部经理）电话：021-58653259 手机：13564679986 邮箱：linmiao@tonglishare.com |