**《大数据时代的精细化销售管理与客户分析》**

**课程费用：**6980元/人 （含培训费、教材费、场地费、午餐、茶歇费及税金）

**参训对象：**运营部、财务部、商品企划部、销售管理部、销售及需要做产品分析和销售报表的相关人员。

**课程地点：**上海

**课程时间:** 2天

|  |  |
| --- | --- |
| 第一期 | 第二期 |
| 6月20-21日 | 11月28-29日 |

**课程背景：**

* 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。

**课程反馈：**

* 杨云老师的大数据管理和模型的建立对我今后工作的帮助会非常大，让今后工作便捷很多，很多东西都可以用数据说话，减少工作量。

 ——杭州旦悦科技有限公司 张主管

* 杨老师介绍了一些先进的数据思想，和有用的数据处理工具，会大大提升工作效率。

——仲景宛西制药股份有限公司 张女士

* 杨老师的课程开拓了我对数据管理的思维与认知，学会了用表格工具做决策分析，对我公司的产品研发及公司数据治理改进方向有所启发。

——百世传成管理顾问有限公司 程董事长

**课程大纲：**

**模块一：案例轰炸：感受大数据管理思想加大数据管理工具的威力**

1. **实战案例：**营销业务跟踪
2. **实战案例：**市场活动有效吗？
3. **实战案例：**营销预算准吗？
4. **实战案例：**如何面对交货不及时的窘境？
5. 完善的销售运营报表体系

从统计到决策的六层销售报表体系建设

1. 市场部门和销售部门在销售计划的角色
2. 改善管理流程与运营的数据来源
3. 案例分析：如何建立销售数据的结构和快速统计的秘诀
4. 信息化和大数据管理下的高效流程管理

**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：营销数据统计模型建立和分析方式**

1. 营销数据的基础结构分析和数据整合
2. 销售统计维度

**模块四：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

**模块五：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
1. 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
1. 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
1. 规划运筹工具使用
* 直营门店经营推演
* 销售品类比例规划

**模块六：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

**模块七：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**

**模块八：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**

* 上海交通大学特聘教授
* 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
* 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
* 多家企业董事、创始人

**背景介绍：**

1. **职场经验：**
* 20多年的职业生涯中，具有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，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。作为1985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

1. **擅长领域**
* 成功商业模式转型
* 中高层管理者决策思维与决策能力提升
* 企业流程管理
* 企业运营管理
* 大数据时代数据管理

他是实战派流程管理、运营与报表体系管理、数据管理等领域专家。尤其擅长大数据时代，综合运用数据管理来指导决策管理工作、聚焦管理数据量化分析、提高企业运营效率、降低企业运营成本。

1. **授课风格**
* 以微咨询为教学形式，企业绩效改善为教材目标，学员行动学习为教学方法，激励学员主动积极地参与到每一次的学习中。
* 课程中采用案例式教学，解决企业实际管理问题，互动性强。
* 课后会有行动学习计划给到学员，实现了培训效果的落地。
1. **服务过企业（部分）**

**金融行业：**上海银行、浦发银行武汉分行、浦发银行重庆分行、上海交通银行太平洋信用卡中心、德国德累斯登银行股份公司上海分行、星展银行、苏格兰皇家银行（中国）有限公司、国泰人寿保险有限责任公司、银天下、国信证券、中国太平洋财产保险有限公司、中国银联股份有限公司、招商证券股份有限公司、重庆财信企业集团有限公司、北方国际合作股份有限公司

**世界五百强：**爱立信公司、拜耳集团、道达尔、蒂森克虏伯集团、国泰人寿保险有限责任公司、荷兰阿克苏诺贝尔公司、惠普、可口可乐、马士基集团、美国惠而浦公司、欧尚集团、日立、中国移动通信、中国中化集团公司、苏格兰皇家银行

**大型超市、百货 ：**杭州联华华商集团有限公司、好美家装潢建材有限公司、联华超市服份有限公司、欧尚（中国）投资有限公司、尚泰百货、万千百货、上海家得利超市有限公司、卜蜂莲花（上海）管理有限公司

**快速消费品：**安徽古井贡酒股份有限公司、芬欧汇川（常熟）纸业有限公司、杭州中萃食品有限公司、上海农夫山泉饮用水有限公司、雅培中国、伽蓝（集团）股份有限公司、百事可乐、青岛啤酒股份有限公司、厦门建发酒业有限公司、燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司、上海太太乐食品有限公司、上海家化-佰草集、南京小香港食品有限公司、上海佰草集化妆品有限公司、维益食品（苏州）有限公司

**报名表格：**

课程名称：《大数据时代的精细化销售管理与客户分析》

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：*** 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；
* 自备电脑，安装好2010及以上版本Office（注：不是WPS）；
* 一定携带鼠标（课程节奏紧凑，触摸屏会浪费时间）。
 |