

概览 – 高效社交影响

目标

在培训结束时每个参与者将能够：

- 了解举办社交活动的需求，使其能明确实现企业的相关目标。
- 为每次活动做好计划并妥善沟通其全面性的策略与战术。
- 具备检测销售活动成功度的方法。
- 了解单纯社交和商业目的性对话的差异，并能取得二者之间的平衡。
- 灵活且有效运用不同的说服方式。
- 知道如何且该与哪些与会者接触以发挥最高时效。
- 与客户建立更牢固的工作关系。

目标对象

任何定期参加具业务发展机会的社交活动者。本课程对于负责组织企业社交活动的客户招待、营销和销售特别有价值。参与者通常从事专业或高价产品的企业间销售活动，其所需社交投入较一般传统行销活动更为重要。

课程内容

活动规划

- 为活动在行销策略或客户管理计划中加以定位。
- 选择一项符合商业目标的活动。

制定目标和战术

- 规划讨论主题和关键问题。
- 找到客户在决策过程中的位置。
- 发展需求并采取行动。

成功的衡量标准

- 制定适当的目标。
- 检测结果。

互动管理

- 定义“社交的”与“有目的性的”行为。
- “社交的”和“有目的性的”对话时间管理技巧。

关键说服技巧

- 定义“推”和“拉”的风格。
- 适时使用“推”和“拉”的风格。
- 认清不同类别的需求。
- 展现你能满足决策标准的能力。

接触适当与会者

- 选择适当的目标。
- 建设性的“引介”和“告退”技巧。

将新比心

- 藉由社交活动诊断客户的工作偏好。
- 规划如何建立更牢固的工作关系。

讲师和学员人数

课程将由荷士卫认证的讲师授课。为了确保每个学员都能得到适当的关注，课程人数上限为 12 人。