

项目一 营销人员素质实训

任务 1.1 礼仪素质训练

一、实训目标

1. 服饰仪容自我设计能力训练。
2. 礼仪素养训练。

二、实训内容

1. 为自己设计一个所期望的目标营销人员形象。
2. 设计若干基本礼貌、礼仪项目训练。

三、实训准备

1. 实训前,学生应提前进行与营销人员礼仪素质训练相关的资料收集。
2. 在真实的营销活动中,观察和了解营销人员礼仪对实际销售工作带来的影响。

四、知识卡片

卡片 1-1 仪容

仪容是指容貌,由面容、发式及身体所有未被服饰遮掩的肌肤所构成。

要求: 仪容的重点是面容,即面部的美容化妆,要美化、自然与协调。

仪容的中心是头发,发型与脸型、体型、年龄、时令及工作环境要协调。

注意手臂与腿部(脚部、腿部和汗毛)的修饰。

卡片 1-2 仪表

仪表主要指人的外表,包括人的仪容、姿态、身材、体型、服饰、装饰等。

要求: 对营销人员来说,对服饰最基本的要求是整洁、得体、自然、大方。

服装打扮要遵循 TPO 原则,即时间、地点、场合的原则。

穿着要与其年龄、体形、职业和所处的场合等相协调。

卡片 1-3 仪态

仪态是指人在行为中身体呈现的各种形态,也就是指人的站、坐、走、蹲的规范。

要求:站如松,坐如钟,走如风。

注意:站立时,不要探头斜肩、缩脖耸肩、东倒西歪、驼背凸肚、含胸撅臀。

与顾客谈话时,不要扭动身子、东张西望,双手叉腰。

坐着时,不要跷二郎腿、双膝大开。

行走时,不要跨步太大、弯腰驼背、两边扭胯。

卡片 1-4 介绍的顺序

(1) 一般社交场合

一般社交场合遵循两个优先:长者优先、女士优先。

- 当被介绍的两人中有一人的年纪明显大于另一人时,应把年轻的介绍给年纪大的。
- 当被介绍的两人年纪相差不大时,就应把男士介绍给女士。
- 当被介绍的两人年龄相仿,且都是女性时,应把未婚的介绍给已婚的。

(2) 工作场合

以职位高者优先,应把职位低的介绍给职位高的。

(3) 其他场合

- 把晚到者介绍给先到者。
- 把家人介绍给别人。

卡片 1-5 着装基本原则

着装基本原则为 TPO 原则(Time Place Occasion)。

(1) 时间原则:一天中时间的变化、一年中四季的变化、时代间的差异

(2) 地点原则:环境原则(入乡随俗)

(3) 场合原则即仪式原则

- 宴会、舞会、演出等社交场合,尽量庄重,穿礼服、民族服装。
- 办公、会议等工作场合,穿得正式得体,可穿西装、套裙。
- 家居、购物等休闲场合,可以任意发挥个人想象力。

卡片 1-6 拜访客户

① 拜访前做好以下准备。

- 仪表服饰:端庄大方、规范;男士西装、女士套装。

- 准备好名片:男士可将名片放在西装口袋或名片夹中,女士放在手提包中。
- 最重要是要了解客户的概况、特点、销售量、对方的信用。
- ② 进入机构,主动介绍自己公司的名称,自己的姓名和职务。
- ③ 在被引导进入会客室时,向引路者致谢。
- ④ 上司坐上座,自己下座。
- ⑤ 向访问对象介绍公司的负责人。
- ⑥ 交换名片。

五、实训背景资料

好利来企业创建于1992年9月,现为拥有上亿元固定资产,七千多名员工,集北京好利来企业投资管理有限公司、北京好利来工贸有限公司、北京好利来商贸有限公司三家控股公司的大型食品专营连锁企业集团。好利来的核心业务由两大部分组成:

① 饼店连锁系统。以连锁店的形式,主营生日蛋糕、西点、中点、面包等产品。截至目前,已在全国五十多个大中城市开设了五百多家连锁店,建立了庞大的连锁经营体系。

② 包装食品制造系统。主营产品为好利来牌月饼及其他包装食品。目前在北京和沈阳建有大型现代化食品工厂。这两个食品工厂的生产厂房均按照国际制药行业的GMP标准设计,采用全封闭空调净化系统,使空气净化指数达10万级,同时拥有国内最先进的进口生产线,科学的生产流程与严格的品质控制系统,是国内食品企业的标志性工厂。好利来又在沈阳兴建3万多平方米的大型食品工业园,设计的年生产能力达50亿元。

角色1:好利来股份有限公司人力资源部刘经理

角色2:好利来股份有限公司销售部李经理

角色3:营销人员的应聘者

刘经理和李经理要聘用一名营销人员做营销工作,大约有几十人前来应聘,在公司会议室进行面试。

六、实训步骤

第一步:由指导教师介绍实训的目的与要求,对“礼仪实训”的实际意义给予说明,调动学生实训的积极性。

第二步:由指导教师介绍礼仪的基本常识。

第三步:组队,将参与实训的学生以小组为单位,分成若干组,要求5人左右为一组,2人扮演招聘的刘经理和李经理,剩下3人为应聘者,在表演结束后,进行相互评价。角色扮演时,性别可以改变。

角色扮演情况如下。

角色1: _____ 个性设计: _____

角色2: _____ 个性设计: _____

角色 3: _____ 个性设计: _____

第四步: 进行初次印象测试。

测试题如下:

- ① 是否经常面带微笑?
- ② 是否经常将外表修饰得干净、整齐?
- ③ 握手是否坚实有力?
- ④ 姿势是否正确,挺直站立、抬头挺胸?
- ⑤ 与对方说话时,是否直视对方眼睛?
- ⑥ 说话时,口齿是否清晰、发音是否正确?
- ⑦ 是否尊敬长者,走路、站立或开门时让他们先行?
- ⑧ 站立时是否安静站着,而不拖曳双脚?
- ⑨ 是否不做显示出紧张的动作,如嚼东西、咬指甲、清喉咙或抓头?
- ⑩ 是否集中注意他人的谈话?
- ⑪ 是否两臂自然垂放,而不去触摸头发和脸?
- ⑫ 对他人是否感兴趣?
- ⑬ 是否有些爱好和兴趣?
- ⑭ 是否能正确地使用语言,而不夹带太多的俚语或不雅的文字?
- ⑮ 是否经常说“请”或“谢谢”?

总分计算:答“是”2分,“否”0分。

● 26~30分:您给人很好的印象,也让人想多认识您。对您来说,想得到一份工作不难,如果您有实在的资格,您会拥有它。

● 12~24分:您像我们中的大部分人,并不是完全的模范,有些人会在第一次与您见面时,尝试将您淘汰,所以您必须在他们面前改进自己,只要对以上回答的那些问题加以修饰,必能帮助您达到成功。

● 0~10分:您在未开始前,就已被人否定了,人们也想极力地放弃您,但您可以以良好的态度和自信学习一些重要的技巧,最终您还是会成功的。

您的得分是: _____

您对测试的结论是否认可? 有什么感受?

第五步: 在公司会议室模拟招聘,时间以 10 分钟为宜。在一轮面试以后,自由讨论 10 分钟,主要是让刘经理和李经理向大家介绍对每位应聘人员的礼仪评价;同时面试人员汇报刘经理和李经理在接待他们的时候,在礼仪方面存在的问题。

第六步：面试结束后,选择团队中的一位应聘者,针对他的表现填写评价表 1-1。

表 1-1 营销人员礼仪评价表

时间		营销人员	评价者(顾客)
项 目		评 价	改 进 建 议
服装仪容	头发 面容 着装		
基本动作	步法 立姿 坐姿 名片的使用 视线的落点 肢体语言		
商谈	音量的大小 称赞之词 开头语 应对的说话法 结束语 节奏感		
营销技术	自我营销 热诚及积极性 个人特性 接触顾客		
结果	商谈成功 商谈失败		
优点总结			
缺点总结			
总评分			

第七步：总结评价。

学生本次实训感想：

第八步：指导教师总评。

七、学生园地

（一）边做边学

- (1) 简述礼仪的 3A 原则。
- (2) 简述商务礼仪对营销人员的重要性。
- (3) 为自己设计一个所期望的“目标营销员”形象。

既可以设计出一种方案,相互交流,又可以是实际装扮,现场展示演练与评价。

(4) 设定若干基本礼貌、礼仪项目,主要是营销员常用的基本礼节、礼仪,包括自我介绍与他人介绍、迎接并为顾客服务、会议与仪式、接待并宴请等。

(5) 设定各种与营销相关的沟通会话情景,拜会或会见某位重要客户,进行洽谈或接待等。要求拜访之前要设计好沟通方案。

（二）案例分析

应届大学毕业生王伟接到某大公司通知,说他初试已过关,要他三天后到公司总部参加由公司人事副总主持的复试。为此,王伟精心准备,特意理了发,还用了摩丝,并从朋友那儿借了全套名牌西装、皮鞋和一只名牌皮包。复试那天,王伟西装革履显得很神气,但在与那位副总谈话中,他发现对方一直在皱眉,感到心中有些忐忑不安……

复试后两天,接到对方通知,他没被录用。

思考题:请你从礼仪上找出不足之处。

（三）营销游戏

(1) 游戏概要:把班级同学分成若干模拟小组,平时各小组分散进行训练,在指定时间内集中各小组进行行姿、坐姿、站姿交互式对抗演练,基础训练在本组内进行,按照规范要求基础训练结束后由指导教师每组随机抽出两名同学,各组间进行交互式对抗演练评比打分,以参加对抗赛演练的同学的成绩作为小组的综合成绩。

① 行姿。男士行走时应抬头挺胸,步履稳健、自信,避免八字步;女士行走时应背脊挺直,双脚平直前行,步履轻柔自然,避免做作,可以右肩背包,手持文件夹至臂膀间。

② 坐姿。入座时走到座位前,转身后把右脚向后撇半步,轻轻坐下,然后把后脚与左脚并齐,坐在椅子上,上体自然挺直,头正,表情自然亲切,目光柔和平视,嘴微闭,两肩平正放松,两臂自然弯曲放在膝盖、椅子或沙发上,掌心向下,两腿自然弯曲,两脚平落地面,起立时右脚先向后收半步然后站起。

③ 站姿。抬头,目视前方,挺胸直腰,肩放平,双臂自然下垂,收腹,双腿并拢直立,脚尖分开呈 V 字形,身体重心放在两脚中间,也可两脚分开,比肩略窄,双手合起,放在腹前或背后。

- (2) 游戏目的:训练基本礼仪素质。
- (3) 所需材料与地点:椅子与形体实训室。
- (4) 时间限制:50 分钟。

八、实训效果与考核

实训效果与考核可根据出勤、课堂讨论发言、谈判背景信息收集与分析情况进行综合评定,主要包括以下三步。

- (1) 由小组成员自己评出个人成绩档次(优秀、良好、中等、及格、不及格)。
- (2) 由小组长评定出所有组员的成绩,如表 1-2 所示。

表 1-2 各小组成员个人成绩评价表

小组成员姓名	优秀	良好	中等	及格	不及格

注:考评满分为 100 分,60 分以下为不及格,60~69 分为及格,70~79 分为中等,80~89 分为良好,90 分以上为优秀。

(3) 由教师和各小组长共同综合评出各小组成绩,并在此基础上给出个人最终成绩,如表 1-3 所示。

表 1-3 各小组实训分析评价表

评 价 内 容	分 值	评 分
能否表现出符合礼仪要求的行为	30	
有没有在细节上下工夫	30	
能否挑选出别人在礼仪方面存在的问题	40	
总体评价	100	

注:考评满分为 100 分,60 分以下为不及格,60~69 分为及格,70~79 分为中等,80~89 分为良好,90 分以上为优秀。

其中个人成绩表 1-2 占 20%,小组成绩表 1-3 占 80%,加在一起就是综合成绩。

任务 1.2 语言素质训练

一、实训目标

1. 了解在营销活动中,营销语言的不同表现。
2. 通过演练,纠正不正确的谈吐礼节,掌握正确、优雅的语言礼仪。

二、实训内容

根据营销人员的实际需要,设定会话情景,通过角色扮演等方式,进行举止谈吐训练。

三、实训准备

1. 在本次训练前,学生应当提前进行与营销人员语言素质训练相关的资料收集。
2. 在真实的营销活动中,观察和了解营销人员语言对实际销售工作带来的影响。

四、知识卡片

卡片 1-7 营销语言

营销语言是一种以营销人员为主导的双向思想交流的专门性语言,它与一般性语言有着明显的区别。

营销者既要清晰明了地表达自己的观点,又要认真倾听对方的意见,然后找出突破口,通过商谈,说服对方,协商双方的目标,最终将商品推销出去。

语言交流是营销活动的开端,语言表达的优劣,直接关系到销售活动的成败。

卡片 1-8 营销语言的基本原则

营销语言的基本原则如表 1-4 所示。

表 1-4 营销语言的基本原则

基本原则	内 容
真诚	营销过程中要真诚地面对客户,所谓“精诚所至,金石为开”。营销语言的真诚,就是要具备真实的情感和诚恳的态度
慎重	商场如战场,言辞稍有不慎,都会关系到利益的缺损。我们应从以下几方面注意:不要轻易承诺;不要轻易拒绝;不要把话说绝,要给自己留下退路或者回旋的余地;不要外露
通俗	通俗是指大众化的口语表达,使对方一听就能领会、理解。营销是为了推销商品,营销的语言是要传递商品信息,介绍商品的特点和优点,说服客户购买。营销语言要通俗易懂,多用规范化的语言,多用大众化语言,多用质朴的语言,多用口语化的短句
生动	生动是指营销语言要新鲜活泼,能绘声绘色、活灵活现地表现事物和思想感情。在营销活动中,有时候把话说得风趣、生动,会比直截了当效果更好
简洁	简洁就是以简单明了的语言把尽可能多的信息传递给客户。无论谈生意还是推销产品,都要突出要点,让对方能够听懂记住

卡片 1-9 电话礼仪

电话礼仪的基本步骤如图 1-1 所示。

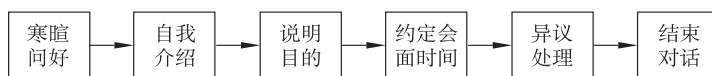


图 1-1 电话礼仪的基本步骤

卡片 1-10 语言技巧

1. 有备而谈

- (1) 仪表端庄、仪态得体。
- (2) 主旨明确、思路清晰。
- (3) 充满自信。

2. 用语文雅

- (1) 尽量用敬语。
- (2) 多用商量口吻。
- (3) 多赞美别人。

3. 掌握分寸

- (1) 把握听与说的分寸。
- (2) 要有角色意识。
- (3) 要顾及他人。
- (4) 考虑措辞。
- (5) 以对方为取向。
- (6) 学会幽默。

卡片 1-11 情感词汇及其形体语言表达

- (1) 留心:低头,表情多变,身体直立或前倾。
- (2) 漫不经心:以马虎大意为特征,眼睛毫无生气,身体挺立。
- (3) 诚实:以坚定为特征,语言简练,眼睛直视。
- (4) 撒谎:躲避目光,心神不安的样子。
- (5) 高兴:面部肌肉松弛,全身放松。
- (6) 生气:眼睛冷酷无情,嘴唇紧闭,身体挺直。
- (7) 希望:昂头,眼睛生辉,身体笔直。
- (8) 失望:萎靡不振,垂头丧气,双手紧扣。
- (9) 坚定:拳头紧握,语气连贯,专心致志。
- (10) 害怕:目光游离,嘴唇苍白和颤抖。
- (11) 友好:热烈地表示,轻松愉快的样子,可能握手。
- (12) 敌视:半侧身体,冷若冰霜,目光锐利,双腿挺直。

与个人沟通,正常的目光交流是 5~15 秒;在群体中的个人目光交流时间是 4~5 秒。表示友好时,注视对方的时间应占全部相处时间的 1/3 左右。

人与人交往所得信息的 87%来自视觉,眼睛占人类总体感觉的 70%左右。

五、实训背景资料

广东发展银行是经国务院和中国人民银行批准组建的,于 1988 年 9 月成立的股份制商业银行,总部设在中国广州市。2006 年,广东发展银行完成改革重组工作,并引入了花旗集团、IBM 信贷等世界一流的国外企业和中国人寿、国家电网、中信信托等实力雄厚的国内知名企业。广东发展银行致力于打造一流现代化商业银行。广发卡作为广东发展银行的品牌产品,是国内首批真正的信用卡。广发卡一直秉持“给您更多,为您看更远”的服务理念,通过多年的努力已成长为国内信用卡市场的领跑者,成为国内信用卡的知名品牌。

广发标准信用卡,服务全新升级:更安全的信用卡,更贴心的保障,更低的最低还款额,更长的免息还款期,更快的积分累计。

广发车主卡,专为私家车主量身定制,提供全方位的优惠和服务。

广发真情卡,“样样行”免息分期,挂失前 48 小时保障,自选商户 3 倍积分,自选保险赠送。

广发南航卡,终身免年费,里程奖励,双重累积,高额航空意外保险等。

角色 1: 广东发展银行信用卡电话营销中心业务员小李

角色 2: 广东发展银行信用卡业务员小张

角色 3: 顾客

六、实训步骤

第一步: 由指导教师介绍实训的目的与要求,对“营销员语言表达”的实际意义进行说明,调动学生实训的积极性。

第二步: 由指导教师介绍营销员语言表达的基本知识。

第三步: 组队,将参与实训的学生以小组为单位,分成若干组,要求自行分组,3 人一组,分别扮演业务员小张、小李和顾客,并设计角色个性及职业等。

角色 1: _____ 个性设计: _____

角色 2: _____ 个性设计: _____

角色 3: _____ 个性设计: _____

第四步: 收集广东发展银行的信用卡相关产品资料,并分析其行业竞争对手的情况。
