

2.1.5(1) 《茶叶营销》实训大纲

实训项目1——茶叶推销员（服务员、促销员、直销员） 岗位认知（4学时）

教学目的：通过岗位认知学习了解茶叶推销员岗位主要职责及工作流程，提升学习兴趣。

教学内容：带领学生参观雅安福窝茶道馆、雅安兄弟友谊茶厂、雅安皇茗园、四川跃华茶叶集团有限公司，将学生分成四组分别进驻合作单位参观学习，达到对茶叶企业销售流程以及推销主要岗位职业进行了解的目的。帮助学生推销岗位有初步的了解，从而激发学习的兴趣。

教学方法：由教师带领学生进驻企业为期2天的参观体验感受实际工作岗位，了解企业岗位设置及推销员岗位职责及岗位流程，达到今后完成实训项目的目标。

教学考核：由教师负责对分配学生的认知质量进行评定，分优良中差四个等级。学生完成认知报告撰写。

实训项目2——推销调研（4学时）

教学目的：学会对茶叶企业周边环境的认知及茶叶市场的分析

教学内容：将学生分成4个小组，由教师带领对福窝茶道馆周边环境进行考察调研，确定出主要的消费圈范围。学生首先通过自我了解互联网查询等方式对店面周边环境进行分析，并与店面人员进行沟通。在教师的指导下设计出调

研问卷，其中2组同学留在店内根据已经设计好的问卷对入店顾客进行调研，另外2组同学对周边的门店和小区进行入户调研，最终提交小组调研报告。要求：每组撰写的调研问卷必须事先经过小组讨论然后进行试调研，经过试调研后重新修正定稿；每组不得少于100份的有效问卷回收；并保留每周到店至少一次的顾客联系方式。

教学方法：主要采用体验式与任务驱动相结合的教学方法，教师为辅学生为主的现场实地调研思考。

教学考核：小组队员互评，企业导师对调研结果评定优良中差

小组成员	A 队员互评	B 导师评定	学生本次实训成绩
姓名	Σ/人数		A*40%+B*60%

实训项目3——约见并拜访客户 12学时

教学目的：通过电话预约，朋友预约等方式约见客户，提升学生约见陌生人的能力，通过与客户的洽谈，提升接近客户、谈判与沟通的能力；通过处理客户需要解决的问题，提升自身创新能力。

教学内容：

约见客户 2学时

情景介绍：各组学生派出代表到福窝茶道馆沟通协调拉面促销事宜，提出利用周末的两天时间为福窝茶道馆茶叶产品尽心促销。得到允许后，同学们开始准备周末的茶叶推销，主要是采用电话约见、发传单、超市周边小区宣传、店内提前拉横幅的寻找顾客方式。以所有促销前物料检查到位为考核依据。因为都是可量化并看得到的项目，故没有分

数评定。

接近客户并推销产品 8学时

(撰写方案2学时, 折合实践4学时, 总结2学时)

撰写方案: 学生根据调查情况撰写茶叶产品促销方案, 每个组提供一个适合自己小组的完整方案, 根据小组在实施过程中遇到的问题进行修正, 并在实训结束提供修正后的完整方案。

推销产品: 每组学生根据制定的方案采用体验式营销方式对客户进行推销, 即每组现场冲泡不同种类的茶叶, 对电话预约来的客户小礼品奖励。小组分工如下: 1名同学现场冲泡, 一名同学辅助, 另外4名同学招呼过往客户试吃, 1名同学专门对客户性别、评价及问题进行记录。

小组总结: 当天6个小时的推销结束后, 小组同学通过对当天顾客接触过程中遇到的问题进行总结, 并联系书本理论知识看用到哪些推销方法。对当天工作中的不足进行方案修正与完善, 对当天较好的继续发挥, 小组团队讨论热烈兴趣要高。

教学方法: 体验式和情景教学方法, 同学在做中体会与客户沟通的乐趣, 体验接近客户的喜怒哀乐, 从而通过课下的总结提升自己的理论知识。

教学考核: 销售业绩与去年同期业绩进行对比, 提高30%以上为及格, 超过50%为良好, 翻番为优秀。同时结合店面管理员对小组同学的协调能力及对店面服从管理, 照顾大体工作等相关方面做出评价。参考列入考试成绩5-10分。

实训项目4--宣传广告设计 10学时

教学目的: 通过选择合适的茶叶广告媒体, 设计茶叶广

告内容，培养学生宣传的意识，提升学生设计、策划的能力。

教学内容：通过对福窝茶道馆市场定位的分析，分类得出结论。分别按客户需求、茶叶特性、客户年龄、客户口味，客户建议等设计宣传广告。

教学方法：教师引导学生学习广告设计和策划要素，为福窝茶道馆宣传广告量体裁衣，激发学生对宣传工作重要性的思考。主要采用任务驱动及分组讨论教学方法。

教学考核：学生设计的方案是否有效，数据真实由学生自评，分数加权平均；教师视结果对茶道馆经营的可用程度对其评分。

小组成员	A 成员自评	B 企业导师	本次成绩
学生	Σ /人数		$A*40\%+B*60\%$

实训项目5——建立客户资料，进行网络营销 10学时

教学目的：通过运用现代信息技术对已经拜访客户的资料整理，做好网络宣传，利用网络交易平台直接销售茶叶，提升学生使用现代软件解决问题的能力。

教学内容：通过对福窝茶道馆顾客的资料输入整理，分类得出结论。分别按客户需求、客户性别、客户年龄、客户口味、客户建议等建立客户档案，做好网络销售。

教学方法：教师引导学生建立客户档案要素，为厂家茶叶生产要素提供有效数据，激发学生对档案建立工作重要性的思考。主要采用任务驱动及分组讨论教学方法。

教学考核：学生建立的数据库是否有效，数据真实由学生自评，分数加权平均；教师视结果对企业的可用程度对其

评分。

小组成员	A 成员自评	B 企业导师	本次成绩
学生	Σ /人数		$A*40\%+B*60\%$

实训项目6---处理客户异议 （4学时）

教学目的：通过针对顾客提出的产品缺陷并解决问题化解顾客的怨气，提升顾客的忠诚度提升解决问题的能力；通过刁钻顾客的危难不理解等不合作的表现提升自身逆商指数。

教学内容：学生分成四个小组，每个小组找出1个身边曾经发生的不愉快的购物经历，写成方案提交给教师，教师通过不同小组对发生的不愉快案例进行情景模拟，并要求模拟小组写出解决方案，模拟情景再现。

教学方法：案例式、体验式教学与角色扮演方法相结合

教学考核：小组同学购物案例撰写方案完整及对其他小组情景模拟中投入程度及解决办法进行小组互评。其他三个小组的分数加权平均作为该小组成员本次实训成绩。

实训项目6---处理日常管理、学习等内容及综合汇报（4学时）

教学目的：通过教师引导提示如何协调企业与小组同学的管理矛盾提升协调能力；通过对企业文化产品知识培训提升自我学习能力；通过对小组同学的管理提升管理能力；通过对整个实训的总结提升学生的表达总结能力。

教学内容：观看上下级沟通录像，两名同学之间模拟录

像中提出的问题，并就问题进行解决，学会思考如何处理上下级关系；小组针对本学期茶叶销售技巧课程整体学习总结每次情景学习及实训学习所学到的知识及不足，并进行幻灯片汇报。

教学方法：学生总结提升，教师点评，让学生学有所思，学有所长。

教学考核：本次最后总结主要是提示学生自我简评对已学习知识要总结思考不足，便于后期弥补。不做综合分数评定。