

高职市场营销专业学生销售职业能力培养探析

刘凡

四川文化传媒职业学院

摘要: 本文针对高职市场营销专业学生销售职业能力培养展开研究,阐述了在当前市场环境下,加强高职市场营销专业学生销售职业能力培养的必要性,包括适应市场需求、提升就业竞争力、促进个人职业发展和推动行业创新发展。并分析了目前高职市场营销专业学生销售职业能力培养存在的问题,如实践机会不足、教学内容与实际脱节和培养模式单一等。最后,提出了相应的培养策略,通过实施这些策略,可以有效提升高职市场营销专业学生的销售职业能力,使其更好地适应市场需求,实现个人职业发展和社会价值。

关键词: 高职教育; 市场营销专业; 销售职业能力; 培养策略

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2024.09.063

引言

随着市场经济的快速发展和营销模式的不断创新,企业对销售人才的需求日益增加。高职市场营销专业肩负着培养高素质应用型销售人才的重任,其学生的销售职业能力直接影响着毕业后的就业质量和职业发展前景。然而,目前高职市场营销专业学生的销售职业能力还存在一些不足,如实践能力薄弱、适应市场需求能力欠缺等,亟需进一步加强培养。

一、高职市场营销专业学生销售职业能力培养必要性

(一) 适应市场需求,提升毕业生就业质量

在市场经济快速发展的今天,企业对营销人才的需求不断增加,特别是具备扎实销售职业能力的高素质应用型人才更是供不应求。高职市场营销专业作为培养营销人才的重要阵地,必须紧跟市场需求,加强学生销售职业能力培养,提高毕业生的实践能力和就业竞争力。只有销售职业能力过硬,才能让毕业生在激烈的人才竞争中脱颖而出,获得用人单位的青睐,实现高质量就业。

(二) 增强学生职业竞争力,实现个人职业发展

销售职业能力是市场营销专业学生的核心职业能力,决定着学生未来的职业发展前景。在当前就业形势日益严峻的背景下,销售职业能力已成为用人单位考察人才的重要指标。高职市场营销专业加强学生销售职业能力培养,有助于增强学生的职业竞争优势,为其未来职业发展奠定坚实基础^[1]。通过系统的销售技能训练和实践锻炼,学生可以掌握专业的销售知识和技巧,树立良好的职业形象,提升综合职业素养,从而在职场中获得更多的发展机会。

(三) 推动营销行业创新发展,促进社会经济进步

高职市场营销专业肩负着为营销行业输送创新型、应用型人才的重任。加强学生销售职业能力培养,可

以促使学生及时了解和把握营销领域的前沿动态和发展趋势,掌握先进的营销理念和方法,树立创新意识,提高创新能力。这些高素质的营销人才进入行业后,能够运用所学知识和能力为企业提供优质服务,优化营销策略,开拓市场空间,推动营销模式和业态创新,从而助力营销行业转型升级,为社会经济进步贡献力量。

(四) 彰显高职教育特色,提高人才培养质量

高职教育作为培养高素质技术技能型人才的重要途径,必须立足职业岗位要求,突出实践能力培养。高职市场营销专业通过加强学生销售职业能力培养,强化实践教学环节,构建产教融合、校企合作的人才培养模式,能够充分彰显高职教育的特色和优势,提高人才培养的针对性和适应性^[2]。学生经过在校期间的系统训练和实践锻炼,可以尽快实现从学生向职业人的角色转换,缩短适应期,为今后的职业发展打下坚实基础,从而有效提升高职市场营销专业人才培养质量,更好地服务区域经济社会发展。

二、高职市场营销专业学生销售职业能力现状问题

(一) 实践机会不足,动手能力欠缺

高职市场营销专业学生销售职业能力培养的一个突出问题是实践机会不足,动手能力欠缺。当前,许多高职院校的营销专业教学仍以理论教学为主,实践教学环节较少,学生缺乏将所学知识应用于实践的机会。即使有实践教学,也多为模拟实训或短期见习,与真实的销售工作环境差距较大,难以让学生获得真正的实战经验。这导致学生在理论知识学习较为扎实的情况下,销售实务操作能力却相对薄弱,不能熟练运用销售技巧,缺乏解决实际销售问题的能力。

(二) 教学内容与实际脱节,适应市场能力不强

高职市场营销专业学生销售职业能力培养的另一问

题是教学内容与实际脱节,导致学生适应市场能力不强。目前,不少高职院校市场营销专业的教学内容仍然滞后于市场发展的需求,未能及时更新和优化,与企业实际工作存在一定的差距^[3]。一些教材案例陈旧,缺乏前沿性和实用性;部分教学内容过于理论化,脱离市场营销实践。这使得学生所学知识难以满足当前市场环境下销售工作的实际需要,不能很好地适应市场变化。

(三) 培养模式单一,创新意识和能力不足

高职市场营销专业学生销售职业能力培养还存在培养模式单一,创新意识和能力不足的问题。当前,许多高职院校市场营销专业仍沿袭传统的人才培养模式,注重理论知识的传授,忽视了学生创新意识和能力的培养。在教学过程中,“满堂灌”的现象较为普遍,学生被动接受知识,缺乏主动思考和探索的机会,创新意识难以得到有效激发。同时,在实践教学环节,多采用模拟演练等形式,缺乏真正的创新实践平台,学生难以在实践中发现问题、解决问题,创新能力得不到有效训练。

三、高职市场营销专业学生销售职业能力培养策略

(一) 构建多样化的模拟销售场景,全面提升学生的实战能力

为了全面提升学生的销售实战能力,老师应该在课堂上构建多样化的模拟销售场景。首先,老师可以根据不同的销售环境和产品类型,设计出多个具有代表性和挑战性的销售情境,如零售店铺销售、电话销售、门户推销等。然后,老师要为每个销售情境设定明确的任务目标和评估标准,让学生能够明确自己的角色定位和职责要求。在模拟销售过程中,老师要鼓励学生进行角色互换,让他们体验不同角色的心理感受和工作挑战^[4]。同时,老师还要对学生的销售表现进行全面的评估和反馈,包括销售技巧、沟通能力、应变能力等多个维度,帮助学生发现自己的优势和不足。此外,老师还可以邀请一些优秀的销售人员来课堂上进行现场指导,传授实战经验和心得,让学生能够近距离观察和学习销售高手的工作方法和技巧。

(二) 开展系统化的销售专题培训,帮助学生构建完整的销售知识体系

为了帮助学生构建完整的销售知识体系,老师应该开展系统化的销售专题培训。首先,老师要根据销售工作的不同环节和要求,设计出全面且有针对性的培训课程,如销售心理学、客户关系管理、销售谈判技巧等。每个培训课程都要有明确的学习目标和内容大纲,确保培训的系统性和完整性。其次,老师要采用多样化的培训方式,如讲授、案例分析、小组讨论、角色扮演等,

提高学生的学习和参与度。在培训过程中,老师要注重理论与实践的结合,通过大量的案例分析和实际演练,帮助学生将所学知识运用到实际销售工作中。同时,老师还要定期组织学生参加销售行业的研讨会、论坛等活动,让他们与行业专家和优秀销售人员交流学习,开阔视野,了解行业发展趋势。此外,老师还可以建立销售知识库和学习资源平台,鼓励学生进行自主学习和探索,不断更新和完善自己的销售知识体系。

(三) 实施“企业导师制”,提供真实的销售实习机会

为了让学生获得真实的销售实习机会,老师应该积极实施“企业导师制”。首先,老师要与企业建立长期、稳定的合作关系,争取更多的实习岗位和资源。在选择合作企业时,老师要充分考虑企业的业务性质、销售模式、岗位设置等因素,确保实习岗位与学生的专业学习和职业发展相匹配。其次,老师要与企业导师密切沟通,共同制定实习计划和考核标准,明确实习目标和任务要求。在实习过程中,老师要定期走访实习单位,了解学生的实习情况,给予必要的指导和帮助^[5]。同时,老师还要鼓励学生主动与企业导师和销售团队沟通交流,虚心学习他们的工作经验和销售技巧。实习结束后,老师要组织学生撰写实习报告,总结实习收获和心得体会,并与企业导师进行评估反馈,帮助学生发现自己的优势和不足。此外,老师还可以邀请优秀的实习生回校分享经验,激励更多的学生参与销售实习。

(四) 定期开展销售技能大赛,营造良性竞争的学习氛围

为了营造良性竞争的学习氛围,老师应该定期开展销售技能大赛。首先,老师要根据学生的学习进度和能力水平,设置不同难度等级的比赛项目,如销售话术大赛、销售方案设计大赛、销售情景模拟大赛等。每个比赛项目都要有明确的参赛规则和评估标准,确保比赛的公平性和专业性。其次,老师要成立专业的评审团队,邀请校内外的销售专家和优秀销售人员担任评委,为比赛提供专业的指导和评价。在赛前培训阶段,老师要针对不同项目的特点,为参赛选手提供有针对性的辅导和训练,帮助他们提高销售技能和心理素质。比赛过程中,老师要创设逼真的销售情境,让选手在高度模拟的环境中展示自己的销售才能。同时,老师还要对选手的表现进行点评和指导,帮助他们及时调整状态,发挥出最佳水平。赛后,老师要组织选手开展经验交流和总结分享,鼓励他们相互学习,共同提高。此外,老师还可以将比赛的优秀作品和案例编撰成教材,供全体学生学习参考。

(五) 开展“情境模拟”心理训练, 提高学生的销售心理素质

为了提高学生的销售心理素质, 老师应该开展“情境模拟”心理训练。首先, 老师要根据销售工作中常见的压力情境, 设计出多个具有代表性和挑战性的模拟场景, 如客户投诉、销售谈判破裂、销售业绩下滑等。每个场景都要有详细的背景说明和角色设定, 让学生能够深入理解情境的复杂性和挑战性。其次, 老师要指导学生进行角色分析和心理建设, 帮助他们准确把握不同角色的心理特点和应对策略。在模拟训练过程中, 老师要鼓励学生尝试不同的应对方式, 体验不同策略的效果和局限性。同时, 老师还要对学生的情绪管理和压力应对能力进行专业的评估和反馈, 帮助他们及时调整心态, 提高心理素质。在训练结束后, 老师要组织学生开展心得交流和经验分享, 鼓励他们相互启发, 共同成长。此外, 老师还可以邀请心理咨询师或者资深销售人员来校开展专题讲座, 分享销售心理学的理论知识和实战经验, 拓展学生的视野和思路。

(六) 实施“行为训练”教学法, 强化学生的沟通表达技能

为了强化学生的沟通表达技能, 老师应该实施“行为训练”教学法。首先, 老师要根据销售工作中常见的沟通场景, 设计出多个具有针对性和实用性的训练项目, 如电话邀约、面谈演练、产品推介等。每个训练项目都要有明确的学习目标和操作流程, 让学生能够掌握标准化的沟通技巧和行为规范。其次, 老师要采用“示范-练习-反馈”的训练模式, 为学生提供专业的指导和帮助。在示范环节, 老师要亲自演示规范的沟通行为, 讲解重点技巧和注意事项。在练习环节, 老师要为学生提供充足的实践机会, 让他们反复演练, 巩固所学技能。在反馈环节, 老师要对学生的沟通表现进行点评和指正, 帮助他们及时改进和提高。同时, 老师还要鼓励学生进行小组互评和自我反思, 提高他们的自我认知和评判能力。在训练后, 老师要为学生提供真实的销售实践机会, 让他们在真实的沟通情境中运用所学技能, 积累实战经验。此外, 老师还可以开展沟通技巧主题竞赛或者研讨会, 营造浓厚的学习氛围, 激发学生的学习热情。

(七) 开展“创业孵化”教育项目, 激发学生的创新创业潜能

为了激发学生的创新创业潜能, 老师应该开展“创业孵化”教育项目。首先, 老师要成立专业的创业教育团队, 邀请校内外的创业导师和行业专家, 为学生提供

全方位的指导和帮助。其次, 老师要开设系统化的创新创业课程, 帮助学生掌握创业所需的理论知识和实践技能, 如创业机会识别、商业模式设计、营销策划等。在课程学习过程中, 老师要采用案例教学、小组讨论、实地考察等多样化的教学方法, 提高学生的参与度和互动性。同时, 老师还要定期举办创新创业大赛, 搭建展示平台, 让学生检验学习成果, 锻炼实践能力。在比赛中表现优秀的创业项目, 老师要给予重点扶持和培育, 提供场地、资金、技术等方面的支持, 帮助项目做大做强。此外, 老师还要定期举办创业讲座和沙龙, 邀请优秀校友和创业先锋回校分享经验, 为学生传递创业正能量。在“创业孵化”项目中, 老师要鼓励学生敢于尝试、勇于开拓, 培养他们的创新意识和创业精神。

结语

高职市场营销专业学生的销售职业能力培养是一项系统工程, 需要学校、企业和学生的共同努力。高职院校应积极优化课程设置, 创新实践教学模式, 加强校企合作, 完善实训条件, 强化职业素养培养, 建立多元评价机制, 为学生提供全方位的销售职业能力培养支持。同时, 学生也要主动参与实践, 提高学习积极性, 增强创新意识, 提升综合职业能力。只有多方联动, 才能真正实现高职市场营销专业学生销售职业能力的有效提升, 使其成为适应市场需求、推动行业发展的高素质应用型销售人才。

参考文献

- [1] 高强, 李国华, 崔振裕. 职业技能比赛对高职学生职业能力培养的有效性研究——以市场营销专业为例[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2019, (09): 139-140.
- [2] 闫永博. 高职市场营销专业课程整合与学生职业能力培养[J]. 高教学刊, 2019, (15): 180-182.
- [3] 蒋祎依. 高职院校市场营销专业学生职业核心能力培养策略[J]. 教育现代化, 2018, 5(41): 335-336.
- [4] 刘义玲. 第二课堂对学生核心职业能力培养的探讨与实践——以高职市场营销专业为例[J]. 南京广播电视大学学报, 2018, (01): 42-44.
- [5] 赛吉拉夫. 双创背景下高职院校学生核心职业能力培养浅析——以市场营销专业为例[J]. 经贸实践, 2017, (15): 300.

作者简介: 刘凡, 1984年5月, 男, 汉族, 四川省崇州市人, 助教, 本科, 研究方向: 工商管理。