



市场营销精粹[®]

企业痛点

营销是以客户需求和欲望为中心，理解客户价值，创造客户价值，并且从自己为客户创造的价值中获得利润回报。本课程帮助业务职能人员明确营销工作角色和职能要点，对市场分析与营销策略有一个全新的认知。

你是否碰到过以下情形

- 1、缺乏市场进入战略
- 2、缺乏对市场和消费者的深入“洞察”
- 3、品牌传播与消费者沟通策略失误
- 4、营销体系管理的失误

课程大纲

模块一 营销 VS. 营销管理

- 何谓营销、营销管理？
- 营销人员必备的能力与技巧
- 营销战略规划的主要任务和步骤
- 管理营销战略和组合
- 营销组合的 4P
- 课中练习
 - ✓ 市场导向的业务定义
 - ✓ 什么是价值主张

理解客户价值创造客户价值

模块二 市场调研分析

- 营销环境分析（宏观、微观）
- 消费者行为影响因素
- 商业购买者行为模型
- 商业购买者行为的主要影响因素
- 商业购买过程的阶段
- 竞争分析的层次和目标
- 战略规划的步骤
- 市场调研的内容及方法
- 课中练习
 - ✓ 消费者分析
 - ✓ 商业客户购买决策的价值取向
 - ✓ 竞争地位分析

模块三 STP 战略

- 营销战略的核心（STP 战略）
- 市场细分
 - ✓ 企业对消费者
 - ✓ 企业对企业
 - ✓ “三阶段”市场细分
- 有效市场细分的要求
- 市场定位（认知地图）
- 目标市场的选择
- 竞争环境分析
- 课中练习
 - ✓ 关键人的移情图分析
 - ✓ 市场细分之目标市场客户群体分析

模块四 营销策略的制定

- 完整产品的定义及其价值
- 产品组合决策与产品组合评价
- 产品生命周期各阶段的营销策略
- 新产品开发、试验及推介
- 有效定价的程序
- 定价的基本方法与策略
- 沟通过程和促销组合
- 营业推广、公共关系、人员推销
- 渠道的选择和组合
- 营销战略与战术的规划
- 数字营销策略
 - ✓ 数字时代消费者
 - ✓ 数字媒介环境
 - ✓ 技术与营销
 - ✓ 数据与营销
 - ✓ 热点营销手段
- 课中练习
 - ✓ 全方位竞争比较表

模块五 总结

- 重点回顾
 - Q&A
- 制定行动计划

课程收益

- ☑ 帮助营销职能人员明确工作角色和职能要点。
- ☑ 了解、建立系统的营销思维，并对市场战略规划产生新的认知
- ☑ 借鉴并受益于国内外成熟的营销战略模式
- ☑ 提供应用这些策略和工具的机会

课程时间

课时：2 天（14 小时）

课程对象

销售经理/总监；分公司经理；区域经理

培训形式

内部培训（20-25 人）、公开课、讲师训、工作坊、翻转课堂、定制项目