

营销力策略创新思维

【课程背景】

为了帮助中小民营企业在各式各样营销课程的包围中擦亮眼睛，真正切实解决企业困惑，提高企业管理层的营销意识与营销水平，提升企业的市场影响力，练就“营销真功夫”。本课程以彭小东导师 20 多年国内和国际营销力实战宝贵经验为依托，有效解决企业的营销力战略、营销力策略、营销力管控、营销力思维、营销力创新五大难题，帮助企业悟到营销力本质，突破发展瓶颈，找到竞争发展良策，学到真正能运用于营销力实战的策略技巧与方法。

【授课时长】

3 天 2 夜

【授课对象】

董事长、总裁、副总裁、总经理、副总经理、市场总监、营销总监、品牌总监、企划、营销力/广告总监等；适合行业：食品饮料、医药保健、家电/电器、日化、建材、IT/通信/电子、糖烟酒、广告/咨询/教育、服装、轻/重工业、院校、餐饮等门类与行业等和其他营销力支持部门；

【课程特色】

讲授、分组讨论、案例解析、角色扮演、互动性游戏、视频演绎、经验分享等；实战方法 + 案例分析 + 提问互动 + 全面演练；实战方法 + 案例分析 + 提问互动 + 全面演练

【课程大纲】

第一版块：差异化营销力

- 如何让弱小的产品进行差异化营销力？
- 如何让自己产品的能量聚集于一点？
- 如何改变你产品同竞争对手之间的强弱对比？
- 如何不花钱就能使对手不怎么强，自己也不怎么弱？
- 如何进行市场差异化，在复杂中实现成长？
- 如何进行区域差异化、渠道差异化？
- 如何进行价值差异化，高效率构建品牌？

第二版块：产品整合与创新

- 如何组装一套完整的产品体系？
- 如何让同一批客户重复消费？
- 企业的有限资金该投向何处？
- 如何不断升级自己的卖点？
- 如何打造最犀利的攻击性产品？
- 如何瞬间超越竞争对手的产品？
- 如何短期内打造出领先的产品？
- 如何找到能“卖火”的产品？

第三版块：产品定价与寻找客户

- 产品研发如何不被对手模仿抢先？
- 如何打造“大规模杀伤”性产品？
- 如何把对手的尖刀产品废掉？
- 如何通过降价先下手为强，涨价立出品牌？
- 如何选商业圈，钱花在刀刃上？
- 如何独家承包目标客户区域？
- 如何对客户撒下天罗地网，不断收钱？
- 如何让客户帮你挖人？
- 如何捆绑渠道，让他们别无二心？

第四版块：截流客户与广告行销力

- 如何在大型商业圈外围截流客户？
- 如何瞬间切来大批客户？
- 如何“乘人之危”小投入高回报？
- 如何远交近攻，借助别人击败对手？
- 如何在商圈内部安插“吸管”？
- 如何找到握有大量客户资源的枢纽？
- 如何把客户的购买顾虑降到最低？
- 如何让客户心里无法剔除你的产品？
- 如何把营销简化，迅速推广，广告做出震撼？
- 如何找广告的精准确客户群？

第五版块：行销力策略与资源整合

- 如何正确做行销力定位，迅速的发掘新的顾客？
- 如何找到自己独特的卖点，让客户一辈子跟着你！
- 如何夺取市场份额中的大头？
- 如何不增加成本运用现有的客户及资源，创造十倍以上绩效？
- 如何创造更多的客户和让他们重复购买你的产品？
- 如何在一夜之间增加你的销售额？
- 如何激活你帐户上的“死”钱？
- 如何有效的整合→其他人的钱、头脑、资源、经验、人力？
- 如何确定竞争对手的弱点，并从中获利？

第六版块：人才整合与狼企机制

- 如何让离职员工心存感恩并预防高管离职的后患？
- 如何迅速让人才的数量裂变，如何“毁掉”竞争对手的人才？
- 如何处理团队中的“毒瘤”，如何建立红色人才库？
- 家族企业如何兼顾情感与发展，老板如何使用“空降兵”？
- 如何让员工自己定出高目标，如何暗中削弱某些高管的权力？
- 老板如何给总经理等高管分股份？

第七版块：品牌竞合力与行销力升级

- 定位
- 聚焦
- 区隔
- 资源整合
- 品牌竞争

品牌合作
品牌竞合力