

总裁卓越行销力

【课程背景】

- 1、撬动中国企业家的行销创新思维模式
- 2、正确解读中国市场营销的特征与现状
- 3、揭密大行销力的全过程理念与系统
- 4、总裁必备的行销力商业创新盈利模式
- 5、行销力全角度多方位的战斗思考密码

【授课时长】

三天两夜

【授课对象】

企业管理班子（董事长、总裁、CEO、营销副总裁、总经理、销售副总、营销总监、策划总监、市场总监、品牌总监、采购总监、人力资源总监、生产副总、人力总监和后备人才等）

【课程特色】

导师讲解、大量案例分析、双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

【课程大纲】

一、知己知彼：敌情大侦探

- 1、谁是你的敌人：分析战场、市场侦察分析
- 2、了解你的敌人：发展空间、竞争态势、对照自己
- 3、熟悉你的敌人：行业趋势、洞悉客户、了解自己

二、制定全战略 战胜并超越竞争对手

- 1、行销力进攻战
- 2、行销力游击战
- 3、行销力侧翼战
- 4、行销力防御战
- 5、行销力攻坚战

三、调配战术 赢得对手的尊重

- 1、积极防御战：全线布防、进攻自己、舍车保帅
- 2、消极防御战：深沟潜规则、壁垒定标准
- 3、进攻战：找缺点、改规则、住对门
- 4、游击战：细分、集中、渠道

- 5、侧翼战：模仿对手、寄生战术
- 6、阵地战：守住自己的革命根据地

四、建立弹药库 武装到牙齿

- 1、占心智：让消费者从“心”消费
- 2、高定位：定位定天下，失价失全局
- 3、造产品：科技为本，从制造到创造
- 4、争第一：品牌因第一而关注
- 5、取名字：营销从名字开始、好名字节省 20% 的广告费
- 6、找理由：贩卖主义，购买需要理由
- 7、编故事：营销因故事而传播
- 8、拜图腾：品牌因形象美丽
- 9、卖包装：包装是最低成本的广告
- 10、赢服务：销售赚取利润服务赢得口碑

五、海陆空公：传播四大战役

- 1、公关联动：防御公关、进攻公关、游击公关、侧翼公关
- 2、媒体推动：精准定向、星星之火
- 3、广告撬动：防御战、进攻战、游击战、侧翼战
- 4、公益感动：公益、事件、新闻；

六、人心之战：铸铁血军魂

- 1、团队氛围：经营不抱怨的团队
- 2、团队状态：自动自发的工作
- 3、团队业绩：经营团队业绩倍增
- 4、团队正能量：打造充满正能量的团队
- 5、团队效率：“心、脑、脚”提升效率
- 6、团队士气：“状态”-“观念”-“士气”都积极

七、临门一脚：胜在终端

- 1、促销奇袭：防御型促销、进攻型促销、侧翼型促销
- 2、陈列伏击：堆头生动、理货出奇、导购精明
- 3.产品跟进：数量、质量、速度

八、清扫战场：不给敌人任何的喘息的机会

- 1、敌人的战场：失败的原因
- 2、自己的战场：成功的理由