

中国户外传媒企业卓越行销力

【课程背景】

中华广告媒介行销力研究院根据最新统计显示，过去3年，中国广告业以30%的高速度在增长，随着全球经济一体化的加剧和中国加入世贸组织后，国内广告企业尤其是户外传媒企业竞争日趋激烈，国外广告企业又纷纷涉足中国广告市场首选户外传媒企业。要持续发展，应该采取什么样的经营之道呢？

【授课时长】

3-5天

【课程收益】

通过培训，可以使学员掌握以下技巧：

- 1、最为前沿的户外传媒行销管理理念及行业前景；
- 2、丰富的户外传媒实际经营管理案例分析；
- 3、掌握户外传媒和户外传媒的现状和发展趋势；
- 4、户外传媒行销力的自我突破和先进的行销力管理理念。
- 5、户外传媒销售的先进理念实战技巧和分享先进的管理经验；
- 6、户外传媒转型及未来发展趋势经营阐述

【授课对象】

户外传媒营销总监，副总，总经理，CEO及相关经营管理人员等；

【课程特色】

- 1、老师充分利用不同方案和具有广博的背景知识激情讲解。
- 2、讲师方案的实用性和完全性已得到认可，在陈述并应用户外传媒经营管理具有大量实践的个人和综合性支持案例。
- 3、采用各种有效的方法，包括案例分析、课堂互动等。

【课程大纲】

第一天：中国户外传媒业现状及未来

一、中国户外广告业的特点

户外广告媒体的"传播对象"

户外广告媒体的"传播特点"

户外广告媒体的"经营方式"

户外广告媒体的"投放规模"

户外广告媒体的"客户群体"

户外广告媒体的"制作档次"

二、中国户外广告业的发展特点

行业交流

媒体经营

资源整合

整体规划与环境的协调

经营操作方式灵活多样。

三、中国户外广告业当前存在的问题

户外广告的体制问题

户外广告的竞争问题

户外广告的管理问题

户外广告的策划设计问题

户外广告的服务问题

四、中国户外广告业的发展趋势

"媒体管理者"的角色转变

国际化和全面繁荣

户外广告业联盟的出现

代理制与媒体资源整合

户外传媒资本运作

分众的经营模式

白马的经营模式

省广的经营模式

分时的经营模式

五、中国户外广告业的发展对策

找准户外广告的市场定位

推进户外广告特许经营权制度建立

推进户外广告全面市场化运作

健全户外广告管理制度

推进户外广告经营理念创新

六、中国户外广告发展的特点及趋势

资源集中与垄断加速完成移动

中国户外媒体的三级跳

中国户外广告媒体已经形成四大特点

户外广告从城市走向城镇走向农村

户外广告投放量会持续增长

户外媒体呈现整合和细分并存的趋势

户外广告创新

专业服务公司

通路终端的户外媒体呈现整合趋势。

广播以车载媒体及卖场背景声音的形式演变为半户外媒体。

中国的户外调研开始启动并走向深入模型化阶段

户外的相关法律法规逐步完善

大城市户外媒体价格持续走强

视频、数字、动态等新材料新技术成为新趋势

户外媒体在功能与应用上不断升级换代

七、国外户外广告的发展现状与趋势分析

欧美发达国家户外广告发展迅速

户外广告增长速度将超过传统媒体

户外广告的发布品牌已扩展到众多行业

从户外转到了户内

细分化的媒体

不合法的要被拆除。

伤风败俗的户外广告绝对不要做。

不符合安全规格的不要做，

八、中国户外广告公司经营之道

开发与创造客户价值

打造自己企业的核心竞争力

追求卓越的服务

全方位营销

掌握掘取利润的 12 条方法

九．户外传媒集团化经营

转型时的三大纪律八项注意

对国内传媒业的政策要有相当的把握能力；

要了解国内的舆论导向政策，不能在这方面出任何差错；

要了解国内现有户外媒体的运作方式；

要懂得现有媒体投资和媒体合作的操作模式；

要有相当的资本实力和资本运作经验；

在广告经营方面要有足够的市场操纵能力。

第二天：户外传媒行销力

一、户外传媒最新行销理念：

户外传媒和其他媒体不同的行销技巧

户外传媒行销的四大价值分享

户外传媒经营风险规避技巧

户外传媒行销管理的误区

户外传媒行销的三个阶段（产品销售，方案销售，战略销售）

户外传媒行销做好客户的四个顾问（媒体顾问，传播顾问，行销顾问，信息顾问）

二．中国户外广告传媒行销的创新模式

1.广告主也即客户投播策略呈现多样化选择。

2.客户日益专业化、理性化。成熟化。

3.媒体价格战天天发生变化。

4.广告产品不断创新。

三种销售模式：

- a.你是卖产品与关系式销售。
- b.你是卖系统与服务式销售。
- c. 卖思想与顾问式销售。

三．广告传媒创新行销的五种升级模式

- 1. 树立以客户需求为导向的营销理念。
- 2. 构建一整套符合自身媒体的广告运营系统。
- 3. 销售人员的角色转换。
- 4. 学习促进成长。
- 5. 与时俱进、创新无止境。

四．户外广告传媒行销的客户心理学

- 1.了解他的公司与产品， 2.掌握他个人和公司的需求， 3.预测他公司和个人的目标， 4.懂得如何满足他公司的目标和需求， 5.懂得如何满足他个人成功的目标和需求
- 6.了解他的竞争对手个人和企业 五．学会建立自己的“医学院”

创造客户优势价值

建立优势采购标准

- 1.从我们的资源出发，确定我们能治什么病、并明确治疗方案；
- 2.从客户出发，界定哪类常患这些病；
- 3.明确不同的疾病，有哪些症状，并明确诊断法！
- 4.户外广告策划与设计以客户为导向的行销力
- 5.不同季节不同行业差异化行销力（策划和设计）
- 6.客户选址和成交秘诀

六．户外广告传媒顾问式行销：

- 1.分析自己的媒体；
- 2.媒体 SOWT 分析
- 3. 找到属于自己客户的行业
- 4.对客户所在行业了解
- 5.该行业第一二名的成功之处
- 6. 选择我们媒体非做不可的理由！
- 7. 如何才能保证客户广告效果最大化
- 8.找到属于自己的客户
- 9.客户 SOWT 的分析
- 10.自己 SOWT 的分析
- 11.你所提供的增值服务
- 12.签合同收款
- 13.赢取承诺，

七、户外传媒之卓越行销

4A 公司的特点

如何与 4A 公司打交道？

如何拿下品牌客户？

4 A 公司公司组织及业务流程

如何与 4A 公司打交道？

地产,金融、汽车、通讯、IT、家电等行业特点

如何与金融、汽车、通讯、IT、家电等行业品牌客户打交道？

拿下品牌客户的 5 个关键

销售顾问与大客户之间的关系

客户选择你成交的十大理由

八、户外传媒经营管理

户外传媒制定营销目标与监控进度

户外传媒公司销售氛围营造

户外传媒体验式顾问式销售流程

户外传媒销售表格体系化管理与分析

户外传媒销售 KPI 指标管理方案

户外传媒销售例会管理

户外传媒媒体数据库管理

户外传媒大客户与广告公司管理

户外传媒代理公司选择与管理

海外市场拓展开发与管理

九、提升客户满意度的技巧

客户满意度认知

SSI 指标分析及客户满意度调查

客户信息管理及关系维系

客户关怀技巧与实现

提升客户满意的效益

正确看待和处理客户抱怨

第三天：户外广告传媒企业经营管理

一．户外广告传媒企业行销要有自己独特的行销主张：

- 1．我们要努力为客户找到他的利益点
- 2．找到我们独特的卖点
- 3．形成我们业务上的强有力的支持点
- 4．经营客户对自己产品的五度

二．户外广告传媒企业的核心竞争力有以下关键三点

- 1.核心竞争力是长期培植的
- 2.核心竞争力是独特的
- 3.核心竞争力能促成企业持续成长

三．户外广告传媒企业的核心竞争力五方面的特征：

- 1.业务领先
- 2.客户价值
- 3.独特优势
- 4.持续持久
- 5.难以模仿

三．广告传媒行销企业卓越的服务的六项准则：

- 1.想得比客户深入
- 2.做得比客户预想的好得多
- 3.信守承诺
- 4.关爱客户
- 5.忠于客户
- 6.鱼水相依，共塑品牌

广告传媒是依靠制度来保证自己的服务品质的

A.零缺点工作制。B 形成全员考评，C.全公司管理的局面

四. 广告传媒企业的全方位营销：

- 1.开发有需求的产品
- 2、制定合适的价格
- 3、方便快捷的通路
- 4、有效的传播
- 5、全方位的公关宣传
- 6、销售人员的直销
- 7、大客户服务的管理
- 8、持续建立品牌

五.广告传媒总裁管理者的 7 大定律： 1、决策定律，成功始于果敢的决策

- 2、信息定律，把信息和情报放在第一位
- 3、行动定律，再好的决策也经不起拖延
- 4、选择定律，放弃有时比争取更有意义
- 5、整合定律，整体能力大于个体之和
- 6、认同定律，失败有时也是一种机会
- 7、竞争定律，寻求差异竞争，实现错位经营

六.对高管进行广告行销的十项销售要诀

- 1.精心做好准备工作
- 2.对个人情况和拜访目的进行全面详细的介绍
- 3.专注于业务主题
- 4.展示出自身的价值
- 5.将会议重点放在业务问题上
- 6.恰如其分地提出自己的问题
- 7.多听少说
- 8.提出具有创造性的解决方案
- 9.提出下一步要进行的工作
- 10.进一步深化双方关系

七.户外广告传媒企业应该掌握赚取利润的 12 大秘诀：

增加价值

有控制成本

增加销售的内容和次数

把精力和时间集中在高利润的产品上

提高品牌形象

“28 定律”

学习也是生产力

第一胜过更好

开发新客户是服务老客户成本的 5 倍

更多使用媒体资产，利润就加倍，成本就减半

建立四大人脉关系

“双赢”

八. 户外广告传媒精英团队打造

广告传媒营销总裁必备的八项修为

广告传媒营销团队的灵魂“狼性营销”

广告传媒十大营销人力困局

广告营销团队的建立和管理

广告传媒营销团队管理的七大技巧
如何提升广告营销团队管理力
优秀广告团队建设的六大重要因素
广告销售考核如何做
广告营销主管管理的误区
良好广告销售团队的七个特征
管理新员工的五个过程
广告营销团队的六大精髓
6步建立无敌团队
激活营销团队策略
广告销售团队能力建设
广告营销团队激励十招
低迷的广告营销团队如何崛起