
盈利模式与区域市场营销技能提升

【课程大纲】

第一部分：了解行业市场环境的五大变化及应对策略

- 1、行业当前营销环境现状分析
- 2、行业当前营销存在的问题？
- 3、行业营销模式的同质化、如何突出行业怪圈红海包围？
- 4、行业三大策略突出行业怪圈红海包围

第二部分：新常态下的系统营销思维建立

- 1.跑断腿为什么业绩不好？
- 2.嗓子喊哑了为什么业绩不好？
- 3.产品不比竞争对手的差，为什么业绩还不好？
- 4.价格战打的越来越响，为什么不赚钱？
- 5.系统经营--新常态下的系统营销工具建提升营销倍增业绩

第三部分：如何构建精准营销 STP 工具技能提升

1.营销成本上升了，营销业绩不好？为什么？

2.市场开发营销时间很久了，为什么业绩不好？

3、怎样以时间最短，成本最低，高效营销、迅速提升业绩。

4、区域营销策略精准营销 STP 工具定位策略

第四部分：如何构建产品力盈利模式——避免“只生不养”、产品自生自灭。

1：如何进行区域市场预测认知分析、市场潜力、销售潜力、销售预测的因素

2：行业、竞品、客户、专题研究、宏观环境分析；

3：定性和定量分析区域市场机会分析、SWOT 分析法。

案例：著名集团失败和成功案例讲解与分析、研讨

4.市场产品定位的四大要素认知

5.如何发掘市场需求进行产品创新

6.产品的四个生命周期的不同营销策略

7.区域市场的有力产品策略

第五部分：构建品牌力盈利模式的方法——“眼球经济”知名度、满意度、忠诚度等于财富

1.微利时代，你凭什么虎口夺单

重新思考：企业的利润是怎么来的？

2.为什么说仅仅盯住赚钱的个人和企业往往赚不到钱？

3. 赢在客户价值

互动：市场竞争激烈，看谁被淘汰

4、满足客户需求的三个发展阶段

营销理念策略的三大转变：

以满足市场需求为目标的 4P 理论

以追求顾客满意为目标的 4C 理论

以建立顾客忠诚为目标的 4R 理论

小组讨论案例：著名中国公司案例讲解

5、“不同”胜过更好-----确定品牌 DNA 创新、如何构建品牌差异化的核心要素！核心价

值创新？个性创新？差异化定位的要点---- 创新品类的喜与忧（要把握原则）

6：挖掘“卖点”的4个重要原则

小组案例分析：世界著名品牌的定位、

7：创建品牌的DNA——让你的产品会说话

- 1)、 一种全新的品牌管理模式
- 2)、 产品图形 DNA
- 3)、 产品颜色 DNA
- 4)、 产品听觉 DNA
- 5)、 产品味觉 DNA
- 6)、 产品触觉 DNA
- 7)、 全方位调动消费者对品牌的记忆
- 8)、 现实中品牌 DNA 的差距

案例分析、著名人员打造个性化品牌

寻找自身品牌在 DNA 方面的差距、提出解决方案（要具有可操作性）

第六部分：有效渠道规划—选择最佳产品销售通道

1：渠道规划的三大原则、传统渠道向现代渠道创新转变

2：如何指导经销商渠道建设的五个方法

3：如何进行渠道规划

4：指导经销商公司化管理

经销商的生存现状困境

经销商的两条出路：猎人?农夫?

从“夫妻店”向公司化运营转变:

第七部分：如何构建经销商开发与服务策略

一、经销商的功能与角色定位

二、筛选经销商的标准

三、经销商政策---一夫一妻制。

四、客户信用审核评估、控制

五、开发经销商的十个步骤

潜在客户的选择，拜访目的，前期的准备工作；

信息收集客户的初步接触及所需要关注的事项；

意向确认

客户的评估；-

客户能力的评估

客户的谈判；

谈判技巧

合同签约；

经销商日常管理、客户信息处理、确认经销商的需求

风险的控制；

六、如何指导经销商提升业绩

1.辅导经销商业绩提升的九大策略:

2.与经销商沟通的八大技巧

3.对经销商销售进行的九大帮扶:

4.支持经销商建立分销网的 20 个要点

七、如何培养经销商对厂商的忠诚度

八、如何打造区域品牌经销商

1.激励和管控经销商新客户开拓激励

2.如何激励经销商成为长期的合作伙伴

九、厂商联盟是市场发展必然趋势:

十、新合作形式下的经销商角色

十一、如何指导经销商共同投入资源运作市场:

十二、指导经销商构建双赢系统

1.如何打造强势品牌

2.厂商联盟是市场发展必然趋势:

3.新合作形式下的厂商角色

4.新合作形式下的经销商角色

5.如何指导经销商共同投入资源运作市场:

6.指导经销商构建信息化系统

7.经销商如何与厂商合作

8.如何共同打造区域强势品牌

9.如何共同制定区域营销计划

10.如何共同投入资源运作市场

11.如何改变经销商观念与思路

1)短期意识向战略意识转变

2)积极参与竞争的意识

3)树立做强做大的思想

4)从销售的理念向营销理念的转变

5)从做买卖向做市场、做品牌的理念转变

6)从做硬终端意识的向做软终端意识转变

7)树立服务就是创造价值的理念

8)经销商双赢、厂商双赢的观念树立

9)强化没有投资就没有回报、大投资带来大回报思维

10)树立十分经营七分管理，没有管理就没有长远利润的经营理念

第八部分：区域行销策略六大武器---如何启动市场发力？助力销售业绩提升

提升营销业绩的六种武器：

1.第一种武器：会议营销：（新产品推广、客户交流会、展会、论坛）

2.第二种武器：广告营销（广告媒体的选择、广告创意的方式、）

3.第三种武器：人员重点客户传播；核心卖点提炼、销售策略

4.第四种武器：公共关系与事件营销策略

1)著名长城集团营销瓶颈突破案例分析和讲解。

2)三星体育营销案例、低成本体育营销

5.第五种武器：手机微信，互联网、QQ群口碑营销

1)口碑营销的操作模式、口碑营销的典型应用案例

6.第六种武器：展会营销

1)展会营销的基本原则、展会营销的策划与组织

第九部分：区域市场赢利模式建立创新

1.区域市场赢利模式创新

2.区域管理如何赢利模式创新的八个方法:

3.区域管理工作观念与思路十大创新