

## 数字化营销管理

### 课程背景

市场营销是企业的命脉，然而，为数不少的的市场部、销售部工作人员由于缺乏营销分析的概念和方法，企业累积的大量数据得不到有效的利用，营销分析只停留在数据和信息的简单汇总和流水帐式的通报，缺乏对客户、业务、营销、竞争方面的深入分析，结果决策者只能凭着本能的反应来运作，决策存在很大的失误风险。

### 培训目标：

本课程着眼于营销数据的分析和统计，教授如何挖掘数据背后的规律和隐含的信息。通过学习本课程您将可以掌握营销数据分析的重要概念和高级技能，提升科学管理和科学决策的水平。

### 课程对象：

企业总经理、市场总监、市场分析人员、销售主管、销售总监及其他对营销数据分析有兴趣的人士

### 课程大纲：

#### 第一模块

- 1.什么是营销
- 2 影响销售的主要因素
- 2.汽车销售管理的3个阶段
- 4.客户购买阶段类型分类  
客户资源分类
- 5.客户资源管理的6大指标  
客户资源管理的结构\市场需求量\客户流量\客户购买类型比率\客户信息留存率\客户跟进率\成交率
- 6.销售管理的6大评价指标

#### 第二模块

- 1.数字化营销的目标转化原理
- 2.提高销量的方法
- 3.数字化管理的9大管控点  
K/F/C/N/P
- 4.决策层的8个决策分析点

#### 第三模块

- 1.市场营销工作
- 2.销量从哪里来
- 3.销售工具
- 4.总销量
- 5.你打算如何进行数字化营销管理？