



《营销致胜》—营销沙盘课程

美国 AC 版权认证课程

国际 ACI 注册沙盘讲师：魏滨

一、培训对象：

企业中、高层管理人员

二、培训规模：

36-42 人为宜

三、授课时间：

2-3 天 (12-18 小时)

认识沙盘：

沙盘模拟培训是一种极具实战色彩的体验式管理培训课程。是西方知名商



学院借鉴军事沙盘推演，开发出的优秀

高端教学模式。

军事沙盘推演是红、蓝两军借助形象直

观的沙盘道具演绎各种战争要素，通过

在战略、战术上的不断对抗与较量，达到检验

的。而沙盘模拟培训则是由参加学习的企业中

争的“公司”，围绕与培训主题相关的经营活动

提高的学习目的。



沙盘模拟演练课程是欧、美工商管理硕士的核心课程之一。欧、美、日等

发达国家的众多大中型企业将其作为中高层经理的常设必修课程，目前，

沙盘模拟培训已风靡全球，成为世界 500 强企业中高层管理人员经营管理

能力提升的首选课程。

课程简介：

《营销致胜》——战略营销与策划沙盘模拟培训课程旨在通过运用现代沙

盘教学方法，树立管理者的战略营销思想和战略竞争意识，切实提升管理

者分析市场环境、把握市场机会、制定营销战略、确立品牌优势、改进营

销绩效、正确营销决策的能力。

模拟经营中，每个团队都要面对激烈动荡的市场竞争环境，制定适应性的

营销战略，完成一系列的营销决策，在高强度的市场竞争中，模拟公司将

遭遇各种各样的危机、约束、压力和挑战，参加培训的学员就是在经历模拟企业 3-4 年市场竞争的成功与失败过程中，领悟战略营销真谛，培养战略营销能力。每一年度竞争结束后，同学们通过对“公司”当年营销业绩的盘点与总结，反思营销成败，解析战略得失，梳理营销思路，暴露决策误区，并通过多次调整与改进的练习，切实提高战略营销决策水平。

培训意义和收获：

经过两天的学习，学员对战略营销与策划的认识更加全面和清晰。通过 3—4 轮持续的演练和调整，学员将获得企业战略营销决策的宝贵实践经验。

1、梳理战略营销思路，暴露营销战略误区，使学员的战略营销理念得到更新与升级。

2、通过分析生动鲜活的模拟营销案例，认识营销战略选择与营销业绩之间的逻辑关系，反思现实企业营销战略安排的正确性。

3、借助模拟竞争，大大提高学员洞察市场、理性营销决策的能力。

4、模拟复杂市场环境下竞争对手的市场攻势，培养管理者快速市场应变

能力和实战营销策划能力。

5、通过对模拟企业战略营销决策的全方位、实质性参与，加深对战略营销决策的理解，有助于提高企业营销的战略格局。

6、系统了解企业内部价值链的关系，认识到打破狭隘的部门分割，增强营销人员全局意识的重要意义。

7、树立品牌营销观念，切身体会忽视品牌建设的危害，从思想深处摒弃短视营销，构建长期品牌营销意识。

8、树立市场导向观念，学会真正从市场出发，改进本职工作效率。

课程大纲：

一、公司战略

1、通过模拟经营，练习使用战略分析的工具和方法，评估内部资源与外部环境，分析、识别市场机会与风险

2、制定、实施模拟企业的中、长期发展战略

3、学习企业核心竞争力的确立与竞争优势缔造策略

4、根据模拟企业发展需要，运用稳定、增长与收缩战略

二、产品战略

学习运用产品组合策略和产品开发策略规划产品线，为模拟企业谋求稳定的利润来源,根据产品生命周期的不同阶段制定适应性战略

三、竞争战略

- 1、进行模拟市场细分和目标市场选择，制定新市场进入战略
- 2、运用竞争集群划分，练习使用竞争者辨识与分析技术
- 3、灵活运用差异化、低成本和集中战略
- 4、运用营销组合策略构建战略竞争优势
- 5、根据模拟经营形势，进行竞争战略调整

四、品牌战略

- 1、分析外部品牌环境，测评企业品牌状况
- 2、辨识企业品牌价值构成的关键要素
- 3、进行品牌定位、品牌营销组合和品牌营销预算
- 4、学习品牌传播、品牌维护和品牌价值提升策略

五、营销环境扫描

1、营销宏观环境分析

2、产业环境的扫描和透视

3、市场环境分析——市场集中度、产品差异化、进入壁垒等

六、不同产品生命周期的营销战略

1、产品生命周期——投入期、成长期、成熟期和衰退期

2、不同产品生命周期阶段的营销战略选择

3、不同产品生命周期的梯次规划

七、营销必杀技——营销战

1、演练营销进攻、营销防御和营销游击战术

2、体验领导者、追随者、补缺者、挑战者策略

3、学习灵活运用品牌战、价格战、广告战和渠道战