

# 现代营销体系下的营销创新

真实的案例，详细的操作方法

## 适合对象：

总经理 营销总监 运营总监等高层管理人员

## 学员收益：

1. 培养系统营销的思想
2. 构建营销体系的关键因素

## 培训时间：

1天

## 培训讲师：

**陈旻**

准达商学院高级讲师

采纳北京公司总经理



中国第二代实战派品牌营销专家！

致力于打造最适合国内企业的“中国式营销”！

工商管理硕士，现任中国品牌研究中心专家组成员，澳中教育交流协会营销专业首席专家。多个消费品品牌操盘手。

现任北京准达咨询策划总监、采纳北京公司总经理，并担任中粮君顶、黄庄洼米业、山东奥星集团、陕西西凤集团、河南矛盾集团、金星啤酒、山东金正大集团、板城烧锅酒、鲁花集团等十余家企业的品牌与营销顾问。

## 课程大纲：

主题	培训内容
企业能力结构	<p>生产贸易型企业面对的是订单，最主要的能力是订单开发与生产能力，而品牌营销型企业面对的是消费者、渠道、市场。需要产品开发、品牌建设、宣传推广等各方面的企业经营能力。</p> <p>那么品牌营销型企业到底需要哪些经营能力呢？</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 市场导向型企业的能力结构与要求</li><li>● 如何对企业的经营能力进行评估。</li></ul>
商业模式与经营架构	<p>生产贸易型企业向品牌营销型企业转型面临两大问题：如何建立以消费者为关注原点的品牌营销体系体系？如何建立企业经营管理体系，整合生产与营销。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 市场导向型企业的战略制定与商业模式设计。</li><li>● 市场导向型企业的经营体系构成与管理模块架构。</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市场导向型企业的关键流程与管理模式。</li> </ul>
<p><b>创新实战一：</b></p> <p><b>品牌与产品创新</b></p>	<p>无论采用何种商业模式或营销手段，品牌与产品的规划是最核心的经营要素。</p> <p>一、品牌规划</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 消费群细分与品牌定位</li> <li>● 定位的六种方法</li> <li>● 根据市场现状选择定位方向</li> <li>● 品牌更新与品牌活化</li> <li>● 品牌核心价值体系</li> </ul> <p>二、产品规划</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 构建合理的产品线</li> <li>● 电商渠道与传统渠道的产品线划分方法</li> <li>● 波士顿矩阵在划分产品线中的应用</li> <li>● 如何打造企业的主导产品</li> <li>● 阻击产品的设计与运用</li> </ul>
<p><b>创新实战二：</b></p> <p><b>渠道与分销创新</b></p>	<p>厂家和渠道绝不是买卖关系，而是共生关系，市场需要共同开发，终端需要共同维护，渠道如何架构？如何进行渠道管控？</p> <p>一、传统渠道</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 站在经销商的角度看厂家，经销商的真实需求是什么</li> <li>● 协助渠道做市场——深度分销模式解析</li> <li>● 带领渠道做市场——直分销模式解析</li> <li>● 厂商金色伙伴计划</li> </ul> <p>二、电子商务</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 企业如何选择适合自己的电子商务模式： B2B、C2C、B2C、O2O 模式解析</li> <li>● 电商核心要点一：卖解决方案而不是简单的买产品</li> <li>● 电商核心要点二：不同网络环境的引流策略</li> <li>● 电商核心要点三：网络分销体系建设</li> <li>● 电商核心要点四：电商运营体系建设</li> </ul>
<p><b>创新实战三：</b> <b>宣传推广</b></p>	<p>有效的推广是市场动销的基础，而有效的控制成本是推广能够持续进行的先决条件，那么，如何利用有限的资金做到有效的推广？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 消费者如何感知品牌？</li> <li>● 品牌的可感知性，消费者对品牌的态度；</li> <li>● 如何使每一个与消费者的接触点都能达到预期的效果；</li> <li>● 如何确定我们的传播渠道</li> <li>● 如何制定整体推广传播策略</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 传播的两大基本工作：基础传播与市场引爆</li> <li>● 推广与传播方案的评估</li> </ul>
<p><b>创新实战四：</b></p> <p><b>移动互联</b></p>	<p>对于大多数行业来说，已经错过了电子商务的高速发展期。但是移动互联的兴起，又将带来一次前所未有的机会，在这个机会面前，所有的企业都是平等的。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 第一代微营销——建圈子卖货</li> <li>● 第二代微营销——在平台上卖货</li> <li>● 第三代微营销——自建平台建圈子</li> <li>● 第四代微营销——整合资源，微营销价值链</li> <li>● 四代微营销即将爆发，你能抓住这次机会吗？</li> </ul>

### 授课风格：

实战实效，现场互动，关联案例剖析，课堂解决现实难题

### 客户评价：

1、陈老师的课很好，解决了很多我平时经常遇到，但是不知道怎么解决的问题。——西

凤集团 田崇军

2、陈老师的培训课程对品牌的推广揭示了一些具体可行的方法，容易理解，  
谢谢！  
—— 山东健元集团总经理 姜元义

3、陈老师的品牌课讲得很不错，一听就知道是实战派的企业实用课程。  
—— 河北今中道集团总经理 冯占峰

4、很有收获，针对性很强。通过陈老师的课，我们学到了很多实用的营销方法。  
——  
宁夏红集团 高涛