

产品开发与市场开发

适合对象

企业销售、市场相关人员

学员收益

- 1、如何分析与了解市场
- 2、如何分析市场调研的数据与结果
- 3、产品开发的方向与方法
- 4、渠道开发与管理
- 5、低成本推广的基本方法
- 6、市场运营与管理

培训时间

2天

课程大纲

一、市场研究

- 市场研究研究那些内容
- 如何进行渠道研究、研究什么内容
- 如何进行消费者研究、研究什么内容
- 如何进行竞品研究、研究什么内容

案例

- 天瑞科技的产品线调整
- 金源食品的渠道构建
- 河北某企业的 08 市场布局规划

二、调研结果分析

- 学会辨别有用信息与无用信息
- 如何进行定性分析
- 如何进行定量分析

三、产品定位与产品规划

- 通过自身资源分析与市场研究结果寻找产品定位
- 根据定位进行产品价值体系的系统规划
- 产品的价格与政策设计
- 产品与渠道的相关性分析与设计

四、渠道开发与管理

- 市场布局的方法
- 如何设计高效渠道体系
- 渠道管理和服务
- 几种常见的营销模式

案例

- 辽宁某企业的产品线调整
- 今世缘的事件营销
- 辽宁某企业的低成本推广模式
- 不同营销模式下的典型企业与营销方式

五、推广与传播

- 国内市场环境下的传播要点
- 推广与传播的集中法则
- 中国市场环境下如何进行实效传播
- 如何有效整合传播资源
- 实效推广的几种新的操作手段

六、市场营销的整合运营管理

- 如何整合企业运营的几个关键要素
- 品牌与产品
- 价格与政策
- 市场布局
- 商业模式和营销模式
- 分销与渠道
- 推广与传播
- 组织与团队

七、沙盘演练

- 根据企业的实际情况设计一个调研提纲
- 根据讲师提供的调研结果进行产品定位分析
- 架构一个完整的品牌价值体系
- 做一个完整的渠道布局与推广方案

案例

- 远东不锈钢的定位分析
- 石泰集团的市场管理模式