
促销策略创新与实务

【课程说明】

本课将详细分析企业促销过程中出现的问题及原因，提出促销创新的思路和方向，同时对具体的促销策略的提出、操作和管控进行了详细的讲解。引导学员正确认识促销的本质，梳理促销创新的思路，并掌握有效的促销策略策划与实施管理方法，为实际工作提供帮助。

【课程提纲】

一、 企业市场促销中的主要问题及分析 (0.5 小时)

1. 同质化营销背景下的促销困境
 - a) 为何促销效果难以保证——不促不销、促了也不销销
 - b) 促销目标设定与策略规划中的误区
 - c) 各类促销落地执行中的问题
 - d) 促销资源投入与厂商协同问题
2. 主要原因分析
 - a) 外部市场环境与竞争因素分析
 - b) 内部促销管理与人员执行因素
3. 案例分析与研讨
 - a) 成功案例与失败案例分析

二、 促销创新的理念与方向 (1.5 小时)

- 1、对国内市场与竞争格局的认识
 - a) 各细分市场特点与购买行为变化趋势
 - b) 行业竞争特点与要素分析
- 2、促销创新方向与思路
 - a) 基于客户价值倍增的促销理念
 - b) 促销策略持续创新，保持动态优势
 - c) 如何进行策略有效组合和整合运作，放大促销效果
- 3、当前市场背景下的促销形式、内容和执行的创新
- 4、相关成功案例分享

三、 促销的具体策略创新 (2.5 小时)

- 1、基于消费者的促销策略创新
 - a) 消费者促销要考虑的关键要素
 - b) 消费者促销的主要策略与形式
 - 套餐组合、门店买赠、场内拦截、商圈聚客和区域造势等
 - c) 案例分析与研讨
2. 基于终端的促销策略创新
 - a) 对终端促销的认识与理解：sell-in 和 sell-out 的平衡
 - b) 终端促销的主要策略与形式
 - 季节压仓、品项优化、形象提升、资金抢占、亮点造势等
 - c) 不同终端的促销策略要点：专业市场、专卖店、五金店和商超等
 - d) 案例分析研讨
3. 基于渠道的促销策略创新

-
- a) 国内渠道结构与促销成功要素
 - b) 主要渠道促销策略与形式：
 - c) 隐形渠道促销策略与形式：
 - d) 各类渠道促销策略与要点
 - e) 成功案例分析与研讨

四、 促销活动的执行管理 (1.5 小时)

- 1、 促销活动规划与实施流程
- 2、 建立高效协同的促销管理体系
- 3、 具体促销执行要点
- 4、 如何做好促销活动后的总结与评估

五、 答疑互动 0.5 小时

讲解过程中，学员可以写下疑惑问题，在讲解互动时间，培训师将一一解答，以便学员更好地完成课后作业。