
年度营销计划制定与管理实务

壹、 年度营销计划中常见问题及其认识 (1.5 小时)

- a) 计划制定与管理中主要问题
- b) 国内企业导致计划失败的主要原因分析
- c) 正确的年度营销计划的特点
- d) 成功的年度营销计划管理
- e) 案例研讨：某企业年度营销计划的失败原因分析

贰、 年度营销计划制定的基本结构与核心内容 (1.5 小时)

- a) 年度营销计划的结构与核心内容
- b) 计划制定中的前提及其流程
- c) 基于计划的研、供、产、销的纵向协同
- d) 基于计划的企业内部的横向协同
- e) 案例：某企业年度营销计划的结构解析

参、 计划具体制定方法与工具 (3.0 小时)

- a) 如何做好上年度计划执行的总结
 - i. 需要总结主要内容及其原则
 - ii. 相应的总结思路与方法
 - iii. 如何聚焦主要问题与矛盾
 - iv. 参考案例：某营销总监的年度总结
- b) 如何分析市场，找到突破关键
 - i. 做好市场分析主要内容及方法
 - ii. 做好市场趋势判研及预测
 - iii. 市场突破的思路：发挥长板，把握机会
 - iv. 参考案例：某照明企业的年度营销思路
- c) 明确营销目标及其市场策略重点
 - i. 制定营销目标的基本原则与方法
 - ii. 明确各项营销策略的重点
 - iii. 细化到具体的时间安排与里程碑
 - iv. 参考案例：某企业的年度营销策略及其安排
- d) 相关组织保证与预算安排
 - i. 完成营销策略导向到执行动作的思考
 - ii. 突破年度营销管理的要点和激励导向
 - iii. 营销人员安排与管理的调整
 - iv. 营销预算的编制科目与方法
 - v. 参考案例：某日化企业的营销组织调整与预算安排？

四、 年度营销计划的分解与下达 (1.5 小时)

-
- a) 目标与计划分解的沟通过程和具体方法
 - b) 建立相应的明确量化的考核标准
 - c) 需要保证的相关条件和资源
 - d) 案例：这个新品的销量目标和营销计划如何分解？

伍、 年度营销计划的调整与修订 (1.0小时)

- a) 明确计划调整的前提，保证计划的权威性
- b) 把握计划调整的原则：七分事前，三分事后
- c) 一般计划调整的流程与注意事项
- d) 案例分享：某建材企业的营销计划调整的争议？

六、 如何是年度营销计划有效执行 (1.5小时)

- a) 年度营销计划难以执行主要问题与原因
- b) 确保计划执行的有效管控方法
- c) 及时掌握执行情况和排忧解难
- d) 案例分享：某企业的计划执行的检视方法

七、 实战案例计划编写与研讨 (2.0小时)

- 参照课程的计划摹本，结合学员企业实践情况，学员编写本企业的年度营销计划大纲，并进行课堂演示与研讨
- 结合学员营销计划编写和管理工作中的具体问题，进行现场答疑