

# 营销驱动的产品开发管理

<p>为什么学习本课程</p>	<p>某企业新品上市讨论会,产品经理都已经把磨具开好了,营销总监才看到效果说不好,但是时间已经来不及了,老板只好决定匆忙上市,上市后发现居然有产品标识没有通过国家有关部门审核,只好召回大批产品,损失巨大,而在年初确定费用预算时老板是一分钱一分钱地和产品经理和营销总监算账,而结果是得不偿失.</p> <p>这样“你给的不是我要的,我要的你做不出来”以及新品出来后没有资源和方法去推,没有过程跟进和结果责任界定不清楚.新产品常常面临九死一生的场景在许多企业一直在发生着,在日益激烈的市场竞争中,产品开发和销售的对立和矛盾越来越突出.建立市场导向的产品开发协同管理体系,提高运作效率已经刻不容缓!</p>
<p>通过本课程您将学习到</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 认识产品开发和营销需求之间矛盾的本质原因,建立研、产、销一体化响应市场竞争的管理理念</li><li>2. 学会基于企业战略与运营模式,构建区分技术主导的战略性产品和营销驱动的竞争性产品开发的管理模式、协同机制</li><li>3. 详细了解营销驱动型产品开发协同运行的流程与管理规范</li><li>4. 全面掌握解营销驱动型产品开发模式下的产销矛盾,促进高效协同的具体工作方法方法与表单工具</li><li>5. 通过实战案例演绎,分享和借鉴到国内外先进企业的产品开发协同的管理经验</li></ol>
<p>谁需要学习本课程</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 企业总经理、市场(产品\品牌)总监及其各部门经理、营销副总(总监)及其各部门经理</li><li>■ 其他财务、采购、技术和品质等后台职能部门经理和主管</li></ul>
<p>课程大纲</p>	<p><b>壹、 产品开</b></p> <p><b>发的主要问题分析与解决思路</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 产品开发管理中常见的矛盾和问题</li><li>2. 产品开发和营销脱节的本质原因与解决难点分析</li><li>3. 区分技术主导和营销驱动建立整体的产品开发管理结构体系</li><li>4. 优秀企业分层分类的产品开发体系案例分享</li></ol> <p><b>贰、 整体产品开发管理体系的协同模式与机制设计</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 明确产品开发与营销部门的基本职能定位与责任边界</li><li>2. 技术主导的产品开发管理的协同模式和机制设计(全程协同和交易机制)</li><li>3. 营销驱动的产品开发管理的协同模式和机制设计</li><li>4. 案例分享:某企业产品开发与营销模拟市场化运作的实践介绍</li></ol> <p><b>参、 营销驱动型产品开发模式的协同流程与管理规范</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 营销驱动型产品开发模式的全程协同流程设计</li><li>2. 相关的管理规范与工作标准建立</li><li>3. 协同中的具体运用的表单与工具</li><li>4. 建立流程负责人制度,促进协同流程的执行与完善</li></ol>

	<p>5. 案例分享：某企业产品开发的全程协同流程与相关制度点评</p> <p><b>四、 营销驱动型产品开发模式的具体管理实务</b></p> <p>1. 如何提高新产品需求提出和概念创意的准确性 案例解析：某企业产品需求和概念创意案例</p> <p>2. 如何有效地进行新产品的开发决策 (含定位，选型、定价，市场目标和费用等) 案例解析：某企业的新产品决策委员会运作方法介绍</p> <p>3. 如何提高产品上市方案设计和实施的系统性和科学性 案例解析：某企业新品上市方案设计和执行</p> <p><b>伍、 情景案例研讨</b></p> <p>1. 就某国内企业产品开发的系统问题和矛盾的实景案例进行分组研讨</p> <p>2. 针对学员企业产品开发管理问题互动答疑</p>
备注	<p>本课程分完整版和精化版,两种版本课程时间安排如下:</p> <p>1. 完整版为 2 天课程,每天 6 小时授课时间,第一天课程为一到三节,第二天四到五节</p> <p>2. 精化版为 1 天课程,授课时间 6 小时,上午为一到三节,下午为四到五节</p>