

新品运作策略与实务

一、 做好区域新品运作策略规划

- a) 新品成败的原因分析
- b) 理解新品的市场定位和产品卖点
- c) 结合区域特点，设计整体运作策略和计划
- d) 如何把握新品市场节奏，找到突破要点
- e) **典型案例分析：某乳业企业高端产品的区域运作规划**

二、 做好新品铺市与陈列工作

- a) 新品终端布局与铺市节奏安排
- b) 打造亮点终端，带动周边终端
- c) 新品陈列方式与操作要点
- d) **典型案例分析：某中高档白酒上市的终端建设**

三、 有效的促销推广，确保终端动销

- a) “三分高空、七分地面”的整合推广策略
- b) 如何进行新品的区域造势
- c) “促销先促通”，如何促进经销商主动配合
- d) 聚集首用人群的促销策略与操作要点
- e) **典型案例分析：某品牌果汁如何实现区域动销的？**

四、 新品成功的组织管理保障

- a) 新品运作中的组织问题分析
- b) 调整考核与激励导向，调动队伍积极性
- c) 加强指引与培训，提升队伍新品运作能力
- d) **典型案例分析：某企业新品激励方法与管理方式**

五、 互动研讨

就课程要点与学员实际中的难点问题答疑和研讨