
营销传播培训提纲

壹、 目的：

- 1、 建立营销战略思维，学会系统规划区域市场营销战略的能力和办法
- 2、 了解整合传播的基本理念，开阔传播策略规划视野与思路
- 3、 掌握一些市场传播活动的具体操作技巧

贰、 内容：

一、区域市场战略营销管理基础

1、营销战略的认识

- i. 营销战略要解决的基本命题
- ii. 一般性的营销战略选择

2、营销战略规划的流程与办法

- i. 战略规划从市场分析与细分开始
- ii. 如何有效识别和分析内外部环境因素
- iii. 进行市场的合理定位和选择
- iv. 常用的分析方法与工具介绍

3、具体策略的有效设计

- i. 基于定位与战略的“1 + 3P”策略体系
- ii. 一些常用市场策略介绍（服务、价格和渠道等）
- iii. 把握不同市场发展阶段的要点，实施策略动态组合

4、如何制定区域市场营销计划

- i. 制定科学的区域市场营销目标
- ii. 围绕目标的营销计划与预算
- iii. 设立计划执行的检控点
- iv. 策略与计划的及时调整

二、区域市场传播策略设计与执行

5、整合营销传播概论

- i. 基本概念与理论背景
- ii. 整合营销传播的层次

-
- iii. 进一步发展的趋势

6、不同市场阶段的传播策略与组合

- i. 传播策略设计的基本思考方法
- ii. 不同市场开发周期的传播策略
- iii. 传播策略的动态组合

7、几个传播工具的执行实务

- i. 立体广告——无处不在，全面压制对手
- ii. 社区宣销活动——润物细无声
- iii. 软文报告——烘托背景
- iv. 大型现场活动——引爆市场
- v.

8、经典案例分享

- i. 某企业华东市场整合传播全景讲解