
第一讲、营销战略与模式创新

壹、 如何突破现实营销困境 (1.0 小时)

- a) 同质化竞争下的经营困境及分析
- b) 创新型企业家市场经营观念
- c) 现代市场营销原则与创新方向
- d) 实战案例：某酒企如何营销突破，实现跨越式发展

贰、 市场分析与战略规划 (1.5 小时)

- a) 进行内外部分析，发现市场机会
- b) 国内快消品市场可能的机会剖析
- c) 选择比努力更重要，如何细分与选择目标市场

参、 营销战略规划 (2.0 小时)

- a) 解读营销战略核心命题，完成系统思考
- b) 营销战略规划的架构与方法
- c) 战略实现路径设计与里程碑设立
- d) 实战案例：某食品品牌企业的营销战略点评

肆、 现代营销模式的创新 (1.0 小时)

- a) 正确理解营销模式，迎接模式的正确理解
- b) 基于“价值与效率”的营销模式创新
- c) 快消品行业典型营销模式解析
- d) 实战案例：某日化企业的营销模式转型

伍、 课程回顾与答疑 (0.5 小时)

- a) 对课程要点进行回顾，强化理解和掌握
- b) 针对学员实际问题进行答疑解惑

第二讲、品牌建设营销策略思路

陆、 品牌定位和规划策略决策 (1.5 小时)

- a) 如何正确理解品牌
- b) 品牌定位原则与创新方向
- c) 品牌建设的四大阶段与核心策略
- d) 营销传播与推广策略的整合
- e) 案例分享：某白酒品牌的创新与再造

七、 区域市场规划与竞争策略选择 (1.0 小时)

- a) 四大区域市场类型及其竞争策略
- b) 相应目标设定与资源配置
- c) 实战案例：某调味品企业的利基区域建设

八、 产品设计与组合策略思路 (1.5 小时)

- a) 产品概念设计与开发思路
- b) 产品核心卖点设计与提炼
- c) 量利结合的动态产品组合策略
- d) 实战案例：某食品企业的产品线结构点评

九、 定价策略与梯度设计 (1.0 小时)

- a) 基本定价概念设计与开发思路
- b) 价格调整节奏与策略思路
- c) 窜货乱价的管控要点
- d) 实战案例：某食品企业价格调整方案点评

壹零、 渠道模式与终端建设要点 (2.0 小时)

- a) 建立管理型的渠道价值链
- b) 优化渠道结构，整合优质经销商，提升分销效能
- c) “KA 造势、分销取量”立体终端布局
- d) 终端建设的策略思路与方案要点
- e) 实战案例：某品牌企业的厂商价值一体化模式点评

壹壹、 课程回顾与答疑 (0.5 小时)

- a) 对课程要点进行回顾，强化理解和掌握
- b) 针对学员实际问题进行答疑解惑

第三讲、如何制定年度营销规划

壹贰、 年度营销规划的核心内容 (1.0 小时)

- a) 年度营销计划的结构与核心内容
- b) 做好年度规划前提及其流程
- c) 实战案例：某企业年度营销规划解析

壹参、 明确营销目标及其分解 (1.5 小时)

-
- a) 制定年度营销目标的原则与方法
 - b) 年度目标的下达与承接
 - c) 落实具体的执行计划和阶段性里程碑
 - d) 建立明确量化的考核标准
 - e) 参考案例：某企业如何制定和下达年度营销目标？

壹四、 相关组织保证与预算安排 (1.0 小时)

- a) 营销预算编制中的主要问题及分析
- b) 营销预算的流程与方法
- c) 基于预算的营销费用管理
- d) 参考案例：某酒类企业营销预算编制与安排

壹伍、 年度营销计划调整 (0.5 小时)

- a) 明确目标和计划调整的前提，保证目标权威性
- b) 把握计划调整的原则：七分事前，三分事后
- c) 目标调整的流程与注意事项
- d) 案例分享：某企业营销目标和计划调整的争议？

壹六、 实战案例计划编写与研讨 (2.0 小时)

- a) 参照课程的计划摹本，结合学员企业实践情况，编写本企业的年度营销计划大纲，并进行课堂演示与研讨
- b) 结合学员营销规划编写中的具体问题，进行现场答疑