
有机性营销组织管理实务

● 课程目的

国内市场几乎各行业的竞争进入白热化，企业间的市场争夺已不是简单地比策略和拼资源，最终比的还是谁的营销队伍过硬，还是回到了“人是战争中的决胜因素”的认识上。于是许多企业纷纷提出要建设现代营销管理平台和打造“狼性营销团队”的口号，可在实际管理中我们发现，营销管理后台成了官僚机构、狼性营销人员反作用力越来越大，所以企业要想能“驾狼驱虎”，有效管控营销人员，发挥有组织化营销的威力，必须建立有机性营销组织！

本课程针对企业在营销组织管理和队伍建设方面的主要问题进行深入剖析，提出有机性营销组织的建设思想，并结合国内市场营销特点和企业管理实际，具体给出营销组织模式选择、运作机制设计、基本管理体系建设和营销队伍管理等方面的协同解决方案，结合实战全景案例，针对操作难点：营销职能部门的建设、前台有效协同、日常业务管理建设和区域平台检核等方面，进行深入浅出地讲解。

● 主要对象

■ 企业总经理、营销总监、区域营销经理和营销骨干

● 课程提纲

一、 营销组织管理的主要问题及分析 (1.5 小时)

- a) 国内企业营销组织中的主要问题
- b) 理解营销组织管理的特殊性
- c) 市场与竞争对营销组织的管理要求
- d) 解决问题主要思路与导向
- e) 典型案例研讨

二、 建设有机性营销组织 (2.0 小时)

- a) 有机型营销组织的管理理念
- b) 优化营销组织设计，发育专业职能
- c) 如何把握授权与管控的平衡
- d) 建立和完善九大营销管理体系
- e) 标杆企业案例解析与分组研讨

三、 如何做好营销目标与计划管理 (2.0 小时)

- a) 科学营销目标的制定方法与实用工具
- b) 营销目标的分解方法与沟通技巧
- c) “5w2h”的营销计划制定与执行
- d) 营销目标的调整时机与方法
- e) 模拟案例分组研讨与点评

四、 做好营销预算与费用控制 (2.0 小时)

- a) 营销预算的内容与目的
- b) 分层分类的预算制定步骤
- c) 三种实用的营销费用管控方式
- d) 营销费用管理中常见问题与解决办法
- e) 案例研讨与点评

五、 加强过程指导与检核，提升营销绩效管理 (2.0 小时)

- a) 什么是营销绩效管理循环
- b) 过程检核的方法与指导技巧
- c) 营销绩效分析方法和改进策略
- d) 实战案例分组研讨与点评

六、 如何促进前后台协同 (2.0 小时)

- a) 市场部门定位与一线销售的协同
- b) 财务管理职能与一线销售的协同
- c) 研产销协同的机制设计与管理要点
- d) 实战案例分组研讨

七、 区域营销分支机构的管理 (1.5 小时)

- a) 主要设立方式和管理模式介绍
- b) 异地化管理的难点与解决办法
- c) 如何进行有效地巡视与指导
- d) 危机与违规问题的处理
- e) 相关案例分享

八、 互动研讨 (0.5 小时)

结合企业现实情况，就市场运作与管理的实际问题进行答疑