
《企业营销破局及快速提升市场业绩的八大策略》大纲

主讲：崔自三

第一部分 企业营销困局分析及破局方法

一、企业面临的营销战略困局

困局：

- 1、企业无营销战略
- 2、营销战略不明晰
- 3、营销战略难落地

破局：

构建务实的营销战略

- 1、什么是营销战略？
 - 2、如何构建自己的营销战略？
- 3、构建营销战略的四个步骤

二、营销计划缺位困局

困局：

- 1、营销计划成“摆设”
- 2、营销计划难执行

破局：

- 1、制定有效的营销计划
- 2、营销计划要过程管理
- 3、营销计划要考核落实

三、企业品牌困局

困局：

- 1、走不出的产品怪圈？
- 2、品牌意识淡薄
- 3、品牌打造误区

破局：

- 1、正确认识品牌
- 2、从做产品到做品牌
- 3、打造和提升品牌的策略
- 4、品牌打造是多种手段的运用
- 5、品牌打造贵在坚持

四、营销模式同质化困局

困局：

- 1、跟随策略让企业陷入“红海”
- 2、企业缺少差异化，溢价能力差

破局：

- 1、常见的营销模式阐述
- 2、选择适合的营销模式

3、找到自己的利基市场

五、企业管理困局

困局：

- 1、没有管理的“管理”
- 2、有管理但较粗放
- 3、有管理，但却形而上（超前）

破局：

- 1、搭建管理平台
- 2、规范管理制度
- 3、严格考核制度

六、企业策划力短板困局

困局：

- 1、好产品没有好市场
- 2、费用投入产出比失调

破局：

- 1、认识策划力
- 2、因地制宜做策划
- 3、营销策划：嫁接营销施威力

七、危机公关困局

困局：

- 1、危机公关意识缺失
- 2、危机公关手段失策

破局：

- 1、强化危机观念
- 2、危机公关处理原则与技巧

八、人才困局

困局：

- 1、优秀人才难招
- 2、招到了留不住

破局：

- 1、建立先进的用人机制
- 2、知人善任，合理授权
- 3、搭建公平、公正的用人平台

第二部分 快速提升业绩的八大策略

一、产品提升策略

- 1、产品定位，走差异化路线
- 2、产品的三个层次
- 3、产品差异化策略实施

二、价格创新策略

- 1、定价要考虑的因素
- 2、定价的策略
- 3、巧用价格杠杆技巧
- 4、从卖价格到卖价值

三、渠道创新策略

- 1、终端为王，渠道制胜
- 2、提升业绩的渠道变革方向
- 3、构建渠道价值链
- 4、高效渠道激励策略

四、促销创新策略

- 1、实效促销技巧
- 2、广告传播技巧
- 3、实效公关技巧

五、创新服务策略

- 1、强化服务的意义
- 2、构建服务体系
- 3、建立服务制度
- 4、服务要持续化
- 5、全员营销
- 6、顾问式销售

六、客户关系管理策略

- 1、数据库营销——建立客户档案
- 2、客户分类管理——A、B、C分类
- 3、不同客户的管理策略
- 4、锁定漂移的核心顾客的策略

七、打造高效能营销团队

- 1、团队的力量
- 2、什么是团队
- 3、团队的五大要素
- 4、高效能营销团队打造的六大核心武器

八、提升营销团队执行力

- 1、执行不力的四大原因
- 2、提升执行力要树立职业的观念
- 3、提升执行力所需坚持的四定法则
- 4、提升执行力的两个工具