
《快递行业的营销战略制定》

【授课时长】 2天

【课程收益】

了解金融危机下速递企业的现状
营销战略规划的过程和内容
战略规划的主要分析工具
营销竞争战略
基于客户价值的营销战略

【课程内容】

一、金融危机下速递企业的现状

- 1、蛋糕上的奶油——速递行业
- 2、民营速递是如何蚕食邮政业务
- 3、全国速递行业主要企业分析
- 4、物流行业被列入振兴规划行业给快递业带来了什么？
- 5、“四大”对我们的威胁？

二、营销战略和公司战略？

1. 什么是公司战略
2. 什么是营销战略
3. 营销战略与公司战略的关系
4. 如何在邮政总公司的领导下制定区域营销战略

三、营销战略规划的过程和内容

1. 营销战略规划流程
 2. 营销战略规划流程分析
 3. 营销战略分析框架
- 案例分析：宅急送的失败给我们的启示

四、战略规划的主要分析工具

1. SWOT 分析模型
2. BCG 业务组合
3. GE 规划方格
4. 风险、机会矩阵

五、营销竞争战略

1. 市场五力量模型
2. 竞争对手分析
3. 决策竞争战略

实战模拟——红黑商战

六、基于客户价值的营销战略

1. 为什么需要理解客户价值？
 2. 如何理解客户价值
 3. 留住客户价值
 4. 基于客户价值的 STP 市场战略（市场细分、目标市场选择、市场定位）
 5. 营销组织的建立与管理
- 案例分析：安利的服务给快递行业的启示

七、品牌营销战略

-
1. 品牌品牌综述
 2. 品牌营销核心要素
 3. 营销三点论
 4. 塑造品牌资产
- 案例分析：邮政品牌对消费者的意义

八、服务营销战略

1. 服务营销的几种战略
 2. 优势服务战略
 3. 案例：顺丰速递的服务的优势服务
 4. 客户满意战略
 5. 人员形象战略
- 案例：高端消费品行业的人员形象战略分析

九、网络平台营销战略

1. 网络平台的构建
 2. 民营快递是如何搭建投递平台
 3. 我们的投递平台与民营投递平台对比分析
 4. 如何进行网络平台营销
 5. 终端平台营销的 11 大策略
- 案例分析“得网络者得天下”