

---

# 实战营销沙盘培训

## 一、课程总体介绍

沙盘培训课程采用模拟经营决策的形式锻炼系统思维、研讨管理专业知识、演练经营管理技能。沙盘培训具有实战、生动、系统、深刻的特点，克服了讲授式教学知识与理解运用脱节的弊端，深受受训学员和企业的欢迎。

### 沙盘课程收益：

- 通过模拟残酷激烈的市场竞争，在不给现实企业带来任何实际损失的前提下，使学员获得多种竞争环境下的宝贵市场竞争经验。
- 通过实战模拟，学会情报收集、竞争对手分析、竞争策略制定、资源分配、产销协调。
- 帮助学员学习制定以市场为导向的营销和战略计划，认识营销战略和竞争情报对于经营和决策的决定性作用，深刻领悟企业综合竞争能力的来源。

### 沙盘课程学习总体目标：

- 营销管理沙盘模拟培训课程旨在通过运用现代沙盘教学方法，强化营销管理者的战略意识、市场客户意识，了解市场营销所需的财务、成本定价、市场与竞争对手分析，市场定位与产品管理、客户管理、绩效管理等方面的知识与技能，以及提升团队思想与沟通意识。
- 有效提高营销管理团队的组织效率，锻炼管理团队分析环境、洞

---

察市场、把握机会、制定战略、确立优势、完善计划、提高效率、改进绩效的能力。

## 二、课程适合对象

公司业主或企业高级管理层，包括：公司的总裁级人士；独立事业部高层领导或部门总监；分公司总经理。

公司中层及基层经理。包括：公司的部门经理/副经理级部门主管；区域主管、一线主管或关键员工。

学员总数以 20-50 人为宜。

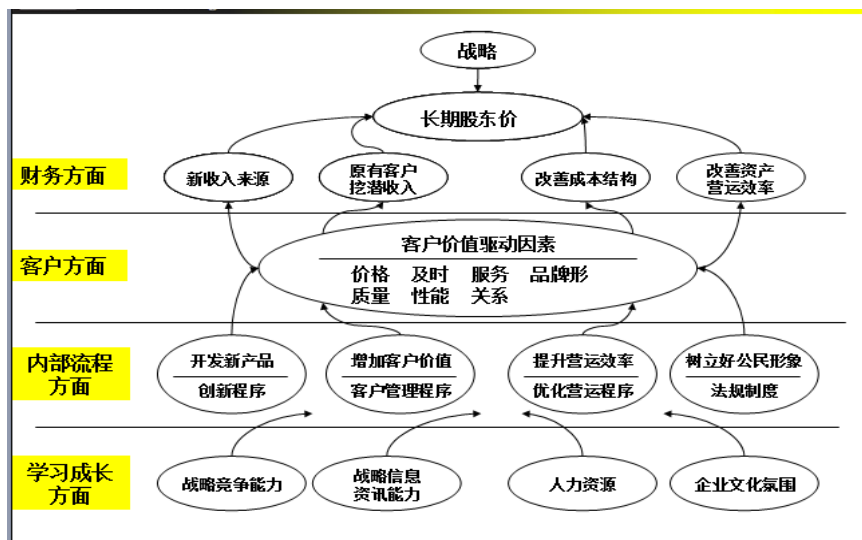
## 三、课程特点

### 1. 教学形式：

- 沙盘模拟操作+网络版量化分析工具软件配合+动态数据分析+讲师点评
- 直观的手工操作结合网络版量化分析软件，优势是具有手工沙盘的直观性，同时还避免了手工沙盘的分析能力不足、感性浅表的弊端。
- 辅助教学软件具有深度数据采集与分析的能力，通过从市场、销售、产能、战略、成本和财务等方面系统的量化分析，帮助学员发现问题，经过分析企业各种经营决策的优劣及其背后的原因，改进企业经营管理水平提升决策能力。

### 2. 课程设计理念：

课程专业设置系统科学，结合沙盘经营更有适当的扩展引申，以与企业  
管理实际更好地结合，达到具体实用的境界。



- 始终从客户需求为出发点，设计培训流程，保证培训吻合客户实际需要。
- 从“沙盘”中来到“企业”中去，培训可将沙盘推演与企业实际情况结合在一起，切实的帮助参与者发现企业和管理者自身的一些问题，分析探讨，以期找到解决问题的方案。
- 帮助企业用“实战演习”“体检”自身状况，不打无准备之仗。

## 四、培训时间

2天

## 五、课程教学大纲

### 第一部分 营销必备战略

---

## 主要知识点：

- 评估内部资源（优势、劣势）和外部环境（机会、风险）的技巧。
- 学习如何制定长期、中期和短期经营策略（管理工具）。
- 如何对公司的整体业绩进行分析评估。
- 明确自身定位，清晰博弈对手（竞争 VS 竞合）。
- 了解企业竞争情报系统的建立与效用，把握创造和保持竞争优势的关键。

## 主要授课内容：

- 1) 战略本质
- 2) 战略管理的层次
- 3) 定位的实质与定位陷阱
- 4) 资源配称与规划技术
- 5) 战略管理的系统性要求
- 6) 战略的执行关键：沟通

## 第二部分 营销必备财务

### 主要知识点：

- 
- 学习读懂财务报表，判断重点及明确关键数据含义；运用财务指标和业务指标进行竞争企业经营分析。
  - 培养战略成本管理理念；通过精细化管理提升企业经营成果。

### 主要授课内容：

#### 1) 财务报表分析

- 财务报表编制
- 财务报表解读与业务分析
- 财务指标与非财务指标分析

#### 2) 战略成本与定价

- 盈亏平衡分析与投资回收期分析
- 决策环境与成本概念
- 成本分析与标杆管理
- 成本效益分析
- 产品盈利性分析

### 第三部分 市场营销管理

#### 主要知识点：

- 
- 学习如何进行市场的分析、预测，根据调查结果制定投放决策。
  - 学习如何进行新产品开发规划, 制定合理的产品组合与市场定位决策。
  - 学习如何收集、分析市场信息，做出正确的市场决策。
  - 学习掌握先进的市场与销售管理方法，并在实战中演练。
  - 认识客户管理的方法手段，避免常见误区。

### 主要授课内容：

#### 1) 市场分析与预测

#### 2) 产品生命周期与产品研发规划

#### 3) 市场细分的核心含义与要求

#### 4) 市场态势分析

- 市场份额
- 市场全景分析
- 多区域多品类管理的市场热度图分析
- 市场分析方法与维度选择

#### 6) 客户管理

- 客户细分
- 客户满意度与客户保留率

- 
- 客户盈利性分析
  - 数据化管理下的客户反馈沟通与需求预测
  - 全程客户体验管理

## 第四部分 团队协作与沟通

### 主要知识点：

- 培养营销部门与市场、研发、生产、财务等其他部门沟通协调意识，  
在紧张的市场竞争环境中体会锻炼跨部门沟通协作能力，步调一致地  
实施企业经营战略。
- 学习如何建立以整体利益为导向的组织，培养不同部门人员的共同价  
值观和经营理念。
- 学习科学群体决策方法，发挥组织智慧，提高组织决策质量。

### 主要授课内容：

- 1) 管理沟通在企业经营管理中的意义
- 2) 战略管理中的沟通
- 3) 供产销协同中的协作沟通

---

**4) 客户管理中的跨部门协作沟通**

**5) 营造跨部门协作沟通的土壤与气候**

**6) 加强跨部门协作沟通的三个秘笈**