

企业市场营销沙盘模拟培训课程

主讲老师：刘宝林

培训对象：企业中、高层经理

培训规模：24—36人

授课时间：2—3天（12—18小时）

课程简介：

企业经营的本质是利用一定的经济资源，通过向社会提供产品和服务-获得利润。在买方经济时代，市场营销做得好，产品周转率快，资金周转率快，企业的运营能力就强，获利就多。市场营销在很多企业里面都处在龙头地位，但最难做好的还是市场营销，那么市场营销有没有规律可循呢？它和其他关联部门—生产、采购、财务、规划之间又有何逻辑关系、和竞争对手之间有何关系？市场营销沙盘模拟课程，通过模拟企业运营，市场竞争，让学员获得宝贵的市场营销经验。

课程大纲：

一、收集信息和测量市场需求

- 现代营销信息系统的构成
- 内部报告系统
- 营销情报系统
- 营销调研系统
- 营销决策支持系统

- 市场预测和需求衡量

二、营销环境扫描

- 宏观环境分析
- 主要宏观环境的辨认和反映

三、购买行为分析

- 消费者购买行为模式
- 影响消费者购买行为的主要因素
- 组织购买行为
- 组织购买的特点

四、SWOT 分析

- 识别机会与风险
- 识别自身的优势与劣势
- 谋求顾客导向和竞争导向的平衡

五、辨认市场细分和选择目标市场

- 市场细分的层次和模式
- 市场目标化

六、波士顿矩阵

- 如何实现差别化
- 开发企业定位战略
- 产品生命周期的营销战略

七、设计定价战略与方案

- 产品定价方法

- 价格修订
- 如何应对价格战

八、整合营销

- 营销职能的演变
- 内部营销与外部营销
- 现代服务利润链
- 协同竞争

课程收益：

- 1、学会收集、整理与分析商业信息，了解顾客的消费行为和竞争对手的策略
- 2、分辨竞争对手，做相对竞争对手的关键竞争因素分析
- 3、对营销中的策略市场定位、市场资源配置、广告和促销计划、定价策略等形成直观认识
- 4、统一企业面向市场的信息传播，将企业效率的来源从点效率调整到线效率、面效率
- 5、降低营运费用，强化物流管理，强化资金流管理，强化信息流管理，增强企业综合市场竞争力
- 6、学习运用营销组合策略，缔造竞争优势，提高市场占有率。
- 7、适应市场的诸多不确定性，练习掌握在多变环境下完成营销目标的能力。
- 8、演练营销战，提高对防御战、进攻战、侧翼战、游击战的理解与灵活运用能力。

