
课程三：区域市场组织竞争力的构建

第一章：区域营销管理中核心问题

- ◇ 区域营销管理中常见的问题
- ◇ 区域营销管理问题的原因
- ◇ 制约区域营销竞争力提升的核心问题
- ◇ 组织力是构建区域营销竞争力的核心因素

第二章：营销价值链与营销组织管理框架

- ◇ 什么是营销价值链
- ◇ 传统区域营销组织与管理框架特点
- ◇ 传统区域营销管理框架与价值链存在的冲突与矛盾

第三章：营销流程与组织变革的方向与路线

- ◇ 区域营销管理体系建设的四大步骤
- ◇ 区域业务流程与组织建设的关系
- ◇ 区域岗位设计的依据

第四章：流程设计标准

- ◇ 区域市场业务过程模型
- ◇ 基于价值链快速打通的流程体系

第五章：基于流程的营销组织创新设计

- ◇ 基于流程的营销组织设计
- ◇ 区域营销组织力的构建

第六章：区域营销人员的领导与激励

- ◇ 区域销售人员的领导与选拔
- ◇ 区域营销人员的培训
- ◇ 区域营销人员的激励

◇ 区域营销人员绩效评估

【案例赏析】

◇ 夏新电子股份有限公司分公司营销流程与组织管理创新

◇ 深圳方正科技多元化营销管理流程与组织设计