
如何做好国内市场

——解读中国内销市场营销成长之谜

如何做好国内市场

——解读国内市场高速成长之谜

开篇问题：为什么外贸企业做内销不容易成功？

开篇案例：

- 1、美的集团国内市场建设成功与经验！
- 2、比亚迪如何实现国内汽车市场的突破！

第一讲：外贸企业营销与内销营销的区别

- 常见的对国内市场的误读！
- 国内市场究竟有多大？
- 战略性、而不是投机性的看待国内市场！
- 外贸式的销售方式为什么不适合国内市场？
- 中国国内市场的特征是什么？
- 如何实现做生意向做企业的转变？

【案例】：华帝厨卫家电成功的启示与反思

第二讲：构建国内市场战略竞争思维

- 战略定位对内销市场的重要性！
- 树立市场导向，而不是生产导向营销思维；
- 质量、价格不是唯一的优势！
- 国内市场战略目标与竞争策略！
- 如何进行国内市场战略性的布局。

【案例】：乐华集团（安华、箭牌、法恩莎、美加华）的战略布局

第三讲：如何建立国内市场销售渠道

- 选择正确的渠道模式；
- 国内市场传统经销商模式及其面临挑战；
- 如何实现国内市场渠道模式的创新；
- 如何进行国内市场的招商；
- 认识终端建设的重要性。

【案例】：格兰仕模式的优势、不足及其借鉴意义

玫瑰缘沙发国内市场招商策略

第四讲：如何构建国内营销团队

- 为什么国内市场要进行营销组织的建设；
- 国内市场销售组织常见的几种模式（办事处、分公司、销售平台制）
- 如何选聘国内销售精英；
- 国内市场常用的组织框架；
- 打造富于进取的狼性营销团队。

【案例】：美的内销团队的打造

第五讲：如何实现国内品牌的快速成长

□国内市场品牌打造的重要性；

□品牌不仅仅是 VI 和广告；

□国内市场品牌快速成长的要点；

□如何利用广告实现品牌知名度的提升；

□如何利用终端及区域广告实现品牌的快速成长。

【案例】：诺贝尔磁砖品牌的快速成长

大自然木地板品牌成长之道