

# 《营销产品策划与管理技巧》

课程大纲

课时 2 天

夫用兵之法，全国为上，破国次之……是故百战百胜，非善之善也；不战而屈之兵，善之善者也。

——《孙子兵法》

本课程是高端营销策划培训课程，主讲老师以多年世界 500 强市场总监的活动策划实战经验，从 **理念——方法——程序——文案** 精细化解析 营销产品策划的全景式操作流程与管理细节，意在提高营销人员的营销素质，塑造专业化营销人才；着重培养服务营销人员的**顾客导向理念；战略营销思维；策略营销技巧；创意策划头脑；推广执行能力；**

本课程特点：

- **实战性强、互动性高、**
- **理论前沿，案例精细**

- 流程清晰，技术简单
- 创意思维，激荡智慧

## 课程纲要

### 第一讲 产品策划概述

#### 一、产品策划的概念

策划由三个要素组成

产品策划方案结构

#### 二、产品策划的基础、原则、程序、内容

- (一) 策划的基础：全面细致的市场分析
- (二) 策划的原则
- (三) 策划的基本程序

### 第二讲 产品策划创意与创造性思维

#### 一、界定 策划问题

- (一) 界定问题
- (二) 发现 策划问题的方法
  - 1、缺点列举法
  - 2、希望点列举法
  - 3、属性列举法
  - 4、6W2H 法
  - 5、奥斯本设问法
  - 6、和田 12 法

## 二、创意的概念与特点

- (一) 创意的概念
- (二) 创意的特点
- (三) 创意的程序

## 三、创造性思维

- (一) 概念
- (二) 创造性思维的形式
- (三) 创意思维培养的 15 种方法

### 第三讲 产品策划方法

#### 一、策划的一般方法

- (一) 人文方法：个体思维策划法、集思广益策划法、调查法
- (二) 创意方法：顿悟法 扩张法

#### 二、活动策划书

- (一) 撰写原则
- (二) 策划书的结构与内容

### 第四讲 策划实战技巧

#### 一、策划的步骤

#### 二、设计 活动方式

#### 三、专题活动策划

- (一) 新闻发布会
- (二) 展销会

(三) 赞助活动

(四) 庆典活动

(五) 危机处理

## 第五讲 产品策划管理

一、推广

二、推广的对象

路演促销策划的程序

选择路演形式应特别注意

常用促销活动推广的 10 类方式