

《战略营销规划与管理》课程大纲

---田启成老师主讲

【培训时间】 1-2 天课程（每天 6 小时）

【课程大纲】

第一章：战略营销透视

- 1、战略营销过程
- 2、确定公司的业务使命
- 3、外部环境分析（机会与威胁分析）
- 4、内部环境分析（优势/劣势分析）
- 5、SWOT 分析总结
- 6、目标的制定
- 7、公司战略和营销战略制定
- 8、营销活动计划方案
- 9、营销管理——营销计划方案的执行、控制、评估及反馈

思考题

第二章：如何解决营销的通路？

一、营销是解决如使产品好卖的问题

- 1、产品如何定位？
- 2、找出产品的卖点
- 3、目标客户群的锁定
- 4、建立销售流程
- 5、建立适应客户习惯的营销渠道

二、企业网络营销的拓展

1、网络营销的分类：

（一）销售型网络营销

- (二) 服务型网络营销
- (三) 品牌型网络营销
- (四) 提升型网络营销

第三章：客户与潜在客户

- 1、谁是公司当前的客户
- 2、谁是你的最佳客户和最差客户
- 3、客户为什么购买你的产品或服务
- 4、客户是如何做出选择的
- 5、谁是你的潜在客户
- 6、你的市场份额是多少

第四章：行业及竞争分析

一、行业最主要的经济特性是什么？

- 1、行业的竞争结构如何？
- 2、各种竞争力量有多强大？

三、行业中的变革驱动因素有哪些？它们有何影响？

- 1、行业中取得竞争成功的关键因素有哪些？
- 2、行业是否具有吸引力？取得超过年平均水平的盈利前景如何？
- 3、行业市场总需求分析
- 4、行业分析总结
- 5、公司的主要竞争对手是谁？
- 6、竞争对手的战略和目标是什么？
- 7、竞争对手的优势在何处？弱点在何处？
- 8、竞争对手可能采取的行动是什么？
- 9、相对于竞争对手，你的优势在何处？
- 10、你的公司处于什么样的竞争地位？

思考题

第五章：营销计划综览

- 1、你销售的产品或服务是什么？
- 2、你的目标市场在哪里？
- 3、你的营销目标是什么？
- 4、有哪些因素可能妨碍你达成这些目标？

5、营销组合决策

6、营销预算的制定

思考题

第六章：产品与服务

1、产品或服务的利益是什么？

2、产品或服务独有的销售特色是什么？

3、产品或服务组合分析：最好与最坏的产品或服务