

《营销体系建设与团队打造》

a)课程教学大纲

课程名称:《营销体系建设与团队打造》

课程性质:内训/公开课

教学时数:学时 6-12 小时 (1-2 天)

课程对象:营销团队经理以上级别

教学目的:销量不是从天上掉下来的，销量的增长一定是依靠企业完善的营销体系的建设，只有体系强大才能有稳定的销量增长，“东一榔头西一棒”，营销管理没有章法，必然会导致市场的不稳定、客户的流失、团队的流失，系统化的体系建设才是能证一个企业销量增长，基业长青的根本的办法。

教学要求:采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要:

第一章：营销体系的重要性

1. 企业管理中的十大乱象
2. 营销体系包括的内容及重要性
3. 企业战略发展的“四大死穴”
4. 优秀企业家的运营管理思维
5. 企业成功的黄金法则
6. 案例：从一个小印刷厂到产业集团的转型升级
7. 王翦为何用心良苦
8. 案例：新三板的奇迹，从 3 千万到 56 亿

第二章：营销体系规划

1. 企业的营销战略的制定
2. 制定营销战略的方法
3. 制定营销计划与预算中常见的误区
4. 如何制定营销预算
5. 当计划没有变化快，业绩完不成怎么办？
6. 如何准确的制定营销计划
7. 工具：一张报表看清营销能力、
8. 工具：企业发展战略的 ECIRM 模型
9. 案例：王总公司的营销费用为何总是超标
10. 案例：章贡酒业的战略突破

第三章 爆款产品打造体系

1. 好产品的核心三点
2. 客户的痛点、痒点和兴奋点
3. 产品设计的“风、神、雅、韵”
4. 新产品的“包装”
5. 产品线的梳理的方法
 - 1) 品牌型产品
 - 2) 利润型产品
 - 3) 走量型产品
 - 4) 格斗型产品
6. 产品推广与消费者心智
7. 工具：销量利润矩阵
8. 工具：如何绘制产品战术
9. 案例：大疆无人机的推广
10. 案例：星企点软件的推广
11. 案例：如何建立品牌的信任

第四章：业绩增长体系

1. 市场做大的攻略
2. 如何制定月度营销指导书

3. 劲牌产品如何从 25 亿增长到 100 亿

- 1) 厂商分离到营销分离
- 2) 营销团队的转型
- 3) 厂商一体化平台的建立
- 4) 劲牌营销增长的启示

4. 客户流失管控的方法

5. 如何开好月度营销会议

6. 销量增长的 10 大模式

7. 实现营销目标的五种方法

- 1) 结果导向
- 2) 轨道管控
- 3) 过程指导
- 4) 信息解读
- 5) 资源支持

第五章：营销团队的打造

1. 如何招到操盘手或营销经理？
2. 招聘中经常出现的误区与解决办法
3. 超常规招人的路径与方法
4. 换人与离职的秘诀
 - 1) 年度换人法
 - 2) 旺季换人法
 - 3) 新品换人法
 - 4) 融资换人法
5. 营销铁军的组织再造
6. 九零后员工管理与激励方式
7. 八招提升员工满意度
8. 营销团队的整体效能如何提高
9. 为什么员工不思进取？
10. 案例：在“支、帮、促”中成长

11.工具：1问20答工具的使用

12.工具：现场面试四招

13.案例：企业中的组织部