

# 企业全面营销管理沙盘模拟

(商贸型)

## 培训方案

主讲老师：张梓轩

# 企业全面营销管理沙盘模拟培训方案

**【课程主题】** 企业全面营销管理沙盘模拟

**【授课形式】** 角色扮演 情景演练 案例研讨 讲师点评

**【学员对象】** 公司总经理、中高层管理人员、基层管理者、基层后备管理人员

**【培训人数】** 24~48 人

**【培训时长】** 2 天

## **【企业管理沙盘】**

沙盘起源于军事，是高级指挥官模拟战场地形，研究敌情，组织作战方案，进行战略部署的工具，具有直观、形象、一目了然、易于把控全局的特点。

企业管理沙盘自上世纪初被引入欧美商学院 MBA 教学中，迅速普及，是极具实战色彩的体验式管理培训经典课程之一，被世界 500 强企业做为中高层管理人员培训首选课程。

本沙盘通过直观模拟企业经营过程，直观地了解企业经营与决策要素，学员能够充分参与，在体验中总结得失，在思想深处进行反省感悟，深化学员对企业经营管理的全面认识，培养管理者的全局意识，提升系统思考能力。

## **【沙盘培训特色】**

体验：“在参与中学习”，充分参与企业经营管理过程，体验本身就是价值。认识：“在感悟中学习”，由转变认知到转变态度，再到改善行为模式。反思：“在错误中学习”，发现团队与个人特长与不足，及时调整方向和结构。应用：“在应用中学习”，自发感悟反省，自觉改善应用，长期保持效果。

## 【企业全面经营管理沙盘模拟】课程大纲

### 引言战略 竞争 人才 团队

#### 第一篇章 沙盘推演背景铺垫

商贸型企业经营所涉及的因素

企业物流运作的规则

企业面临的市场、竞争对手、未来发展趋势分析

企业采购、销售和库存管理的运作规则

#### 第二篇章 企业经营的本质（利润）

资本、资产、损益的流程 企业资产与负

债和权益的结构 企业经营的本质—

—利润/成本/销售

企业使命愿景和战略目标

企业经营的基本元素 顾客价值/合理成本/有

效规模/具备人性关怀的盈利

脑力激荡——如何增加企业和利润？

#### 第三篇章市场战略、产品定位、市场定位

产品需求的数量趋势分析

产品销售价位、销售毛利分析

市场开拓与品牌建设对企业经营的影响

市场投入的效益分析

产品盈亏平衡点预测

脑力激荡---如何才能拿到大的

市场份额？

案 例：

《2012年国内车市10大营销案例集锦》

《长城汽车4C营销》

《月饼的新商业模式》

《品牌定义了产品——宝马》

《格兰仕与微波炉》 《月饼券证券化》

#### 第四篇章 战略定位

什么是定位？

营销的本质

酒店如何吸引顾客

案例分享 | 格兰仕与微波炉

品牌定义了产品——宝马

创造性地满足客户需求

#### 第五篇章 团队建设与管理技能

中国企业的管理迷失

人才在组织架构中的作用

案 例：监狱疾病贫困见真心

基于绩效的管理

绩效考核关键指标

从绩效考核到绩效管理

跨部门协作与沟通

执行力的问题

组织文化建设：责任 荣誉 组织

#### 第六篇章 课程点评

学员自我总结 每

年经营数据分析

综合理解局部管理与整体效益的关系 优

胜企业与失败企业的关键差异

终语 将者，以超越致敬时代！

### **【培训场地布置】**

**准备材料：**投影仪、无线麦克风、书写白板、白板笔、A1 白纸若干张、计算器 6 个、钢笔、铅笔等。教学所需的课件、学员手册、沙盘、报表、工具等由讲师提供。

**教室布置：**场地面积以方便学员沟通交流为宜；课桌拼为方形，桌面应为平面；6 组错开排放，每组学员 6~8 人分坐于桌旁。

