
促销活动设计与推广

讲师：张铸久

课程纲要

【课程名称】 《促销活动设计与推广》

【课程背景】

【课程收益】

- 掌握产品推广促销流程和一套系统化方法；
- 掌握企业实现市场导向的运作模式和要点
- 学习先进企业在产品推广促销及营销计划方面的经验
- 学习如何实现产品推广促销与营销的整合
- 掌握制定、优化和监控产品推广促销及营销的流程、方法和工具

【课程对象】

【授课方式】 理论讲解+情景呈现+案例分析

【课程时长】 1天，6小时/天

【课程大纲】

一、产品发展的战略决策与策略规划

- 市场:消费者, 中间商, 生产商, 供应商
- 产品: 4P, 生命周期, 品牌
- 决策的准确: 目标消费者, 以市场为导向的经营模式
- 市场与销售: 战略和策略

二、营销计划与市场推广

- 产品与消费者沟通的3种方式
- 什么是市场推广

三、推广工作的步骤和内容

- 确定推广目的
- 确定推广对象
- 确定推广内容

四、推广方式与消费者购买决策

- 主要的推广方式
- 消费者购买决策的5个阶段
- 消费者购买心理图

五、市场推广策略的特点和应用

- 促销推广的主要特点
- 人员推广的特点和应用
- 终端展售的特点和应用

六、促销的种类和作用

- 促销的种类
- 促销的“能”与“不能”

讨论：为什么说通过品牌和终端实现的销售才是健康的销售？

七、促销方案设计

-
- 促销业务背景分析
 - 促销目标的确定
 - 促销组合的选择和应用

八、促销活动的过程控制与效果评估

- 促销活动的过程控制
- 促销活动的预算
- 促销活动的跟踪与评估