

《新常态下的市场营销转型及业绩提升实战技能训练营》

讲师：崔自三

破冰游戏：分组：队长、队名、口号、队歌

培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

引子：

白酒跨界与颠覆

第一部分：新常态下的市场营销转型提升

思考：新常态下为何要营销转型？

一、新常态下的销售经理心态调整

1、职业天敌——职业疲惫症

- 1) 心态疲惫表现
- 2) 如何克服心态障碍、积极向上

2、从职业到事业

- 1) 顶尖销售经理需具备的三个能力
- 2) 人生三力

二、新常态下的市场营销转型

1、营销体系转型

- 1) 从单一因素致胜到系统致胜（体系致胜）
- 2) 完整营销竞争体系构建

2、产品转型

- 1) 产品思维：从销售到营销
- 2) 从卖产品到卖品牌
- 3) 从卖品牌到卖价值

3、价格转型

- 1) 并不是价格越低越好
- 2) 定价的两种策略策略
- 3) 低成本运作市场的“两差两高”运作模式

4、渠道转型

- 1) 渠道三化趋势
多元化、扁平化、样板化
- 2) 电商模式（社群模式）
- 3) 全渠道及直分销模式
- 4) 自媒体渠道
- 5) 渠道前置：社区化模式

案例：某白酒企业的渠道模式

6) 渠道规划

附：渠道规划表格

5、促销转型

思考：促销为何促而不销？

- 1) 促销常见的误区
- 2) 促销设计策略与技巧
- 3) 促销评估

工具：评估表格

第二部分：向市场要销量——提升销量的五大路径

一、推广新产品

- 1、差异化新产品策略
- 2、产品组合策略
- 3、改善产品结构：波士顿矩阵分析
案例：某调味品企业结构优化赢市场
- 4、新产品的功能发挥

思考：新品作为搭赠好不好？优劣分析

二、开发新市场

- 1、新市场，新空间
- 2、新市场的增长价值
思考：为何守老市场，会越守越少，而要开发新市场？
销售经理的价值发挥体现在哪里？
- 3、无空白市场开发
附：市场业绩增长模型

三、开发新客户

- 1、空白市场客户开发
- 2、老市场密集分销：客户合理设置，营销重心下沉，精细化运作
- 3、开发新渠道新客户
案例：某白酒企业分渠道分客户运作

四、开发新网点

- 1、销售网点梳理
- 2、制定“五道”覆盖计划：扎扎实实，勤勤恳恳
思考：茶，什么时候才有味道？
- 3、有序、有技巧地开发空白销售网点
工具：市场覆盖率规划表

五、市场单店提升

- 1、提高单个分销商销量
- 2、提高终端单店销量
头脑风暴：有些方法或途径？
案例：某白酒企业 27 种途径提升业绩