

《新产品设计及上市策略制定技能提升训练营》大纲

主讲：崔自三

第一部分：新产品开发的涵义

- 一、为什么要开发新产品？
 - 1、新产品开发的重要意义
 - 2、新产品开发的主要障碍
 - 3、新产品的含义
- 二、新产品开发的组织
 - 1、产品经理
 - 2、新产品经理
 - 3、新产品开发部
 - 4、新产品开发项目组
 - 5、新产品开发委员会

第二部分：新产品开发程序

- 一、新产品市场/客户调查程序
 - 1、设计及制作调查问卷
 - 2、确定调研名单及项目
 - 3、发放及回收
 - 4、分析与汇总
 - 5、出调研报告

附：新产品项目建议书

- 二、新产品开发流程
 - 1、构思
 - 2、筛选
 - 3、产品概念
 - 4、商业分析
 - 5、市场分析
 - 6、产品试制
 - 7、市场试销
 - 8、批量上市

第三部分：新产品定位、上市与推广

- 一、新产品市场定位
 - 1、了解产品核心元素
 - 2、了解市场核心原素
 - 3、市场定位的概念
 - 4、市场定位的基本步骤
 - 5、产品定位的策略
- 二、市场进入方式
 - 1、根据产品在市场中的形象目标不同，可分为高位型和低位型
 - 2、根据产品进入市场时的宣传推广方式不同，可分为造势型和渐进型
 - 3、根据产品在品牌延续关系上的不同，市场进入方式可分为创牌型、传牌型和改牌型

4、依据产品进入市场时的直接促销对象的不同，可分为拉动型和推进型。

三、新产品开发项目规划管理

- 1、新产品开发战略管理
- 2、新产品开发项目规划管理
- 3、新产品开发项目可行性管理
- 4、新产品开发项目立项管理
- 5、新产品开发过程管理

附：新产品开发项目过程管理的五个步骤

新产品开发计划和开发成果评价

四、新产品推广的五大关键环节

- 1、制定新产品推广计划
- 2、确定推广市场
- 3、确定推广人员
- 4、确定上市推广工具
- 5、确定推广促销与广告策略

五、新产品推广实战策略

- 1、新品推广要推拉结合
- 2、找准渠道，系统推进，确保铺市的有效性
- 3、促销宣传营造热销氛围
- 4、统筹安排，分类推广，创新思维，不断突破
- 5、建立示范市场，复制推广成功模式
- 6、强化关注执行力要素

案例：某企业产品上市流程及策略制定解析