

市场战略规划与营销创新

主讲：黄宏老师

一、学员收益

学会结合品牌战略与产品策略来制定营销战略
掌握产品、渠道、价格，促销的规划设计
掌握营销战略搭建的分析方法及逻辑
掌握基于战略的营销策略设计路径
系统掌握企业营销突破的创新战略构建

二、课程大纲

一、新经济时代的营销战略方向

新经济时代下新的消费构成特性深深影响着企业的经营行为，传统的营销战略思维已经很难完全适应当前的环境变迁，未来我们的营销方向该往那里去？到底决定我们企业营销成功的关键是什么？

1、新经济时代的营销战略思考

- 1.1.1 瞬息万变的营销战呈现的态势分析
- 1.1.2 基于新市场需求的营销战略定义
- 1.1.3 互联网+时代营销战略趋势探索

2、颠覆对手的新营销战略规划

- 1.2.1 突破同质化竞争的营销战略构建
- 1.2.2 从内爆破的新营销战略核心法则
- 1.2.1 新时代营销战略规划的 6 大要素

3、营销战略制定中问题与对策

- 1.3.1 营销战略制定典型的 6 大问题
- 1.3.2 营销战略构建存在的主要障碍
- 1.3.3 有效重构营销战略的 3 大方向

二、新经济时代的营销战略搭建

面对新问题和营销注重结果的前提下，对企业营销的各个环节进行深刻分析，洞察消费行为背后的本源，重新搭建切实可执行的营销战略。

1、新营销战略构建前的竞争布局分析

- 2.1.1 以竞争者为基准的战略价值分析
- 2.1.2 竞争者分析维度及标杆企业解读
- 2.1.3 放弃对手盯住客户的新战略构想

2、基于差异化战略的营销新入口设计

- 2.2.1 从社会价值进入营销战略定位
- 2.2.2 从客户细分校正进行差异设计
- 2.2.3 从多层需求完成产异价值筛选

3、新经济时代典型战略模式构建创新

- 2.3.1 免费时代基础产品战略模型探索
- 2.3.2 跨界成长下混业营销突破型战略

2.3.3 入口带动平台的营销生态圈战略

三、新营销战略落地的营销策略设计

任何战略的设计都需要通过落地执行来完成价值转换，针对营销战略构建的新方向，以落地执行为基础的企业营销突围策略设计尤为重要！

1、创新思维与营销策略创新设计

3.1.1 营销战略的创新型传播落地思考

3.1.2 新营销战略的入心符号印记打造

3.1.3 命名、包装、传播的一体式设计

2、基于可执行的营销策略打造

3.2.1 消费者四个角色构成的营销传播

3.2.2 营销战略落地的文化、故事搭建

3.2.3 如何巧妙借势、造势从而立势

3、新战略与营销策略有效落地设计

3.3.1 新经济下营销突破分阶段设计

3.3.2 如何高效突破企业营销资源限制

3.3.3 基于营销战略落地的战略联盟设计

.....

四、课程总结、落地计划

将所有思考与创新点设计成简易的执行计划，以便落地实施！

备注：最终版本会根据具体课程做必要调整，以调整后为准。

三、教学方式

授课方式为讲解、案例分析、规律总结、工具演示，启发式、互动式教学

四、课程时间

1-2天

五、课程主旨

在互联网时代，新常态、新经济下，消费者的心理与习惯不断的发生着变化，我们的营销战略和营销策略已不能停留在表面的“挖坑”层面，而是注重更深层的挖掘，倡导一种更深层次、更有力量的营销战略设计，以拓展更宽广的销售渠道，从客户出发，充分结合市场，聚焦于消费者需求，以创新的态度完成企业新常态的转变，使企业成为真正能为客户不断提供高附加值服务的缔造者，确定企业高水平的经营策略，树立品牌竞争优势，达到提高市场占有率和市场份额的目标。

六、老师观点

- 1、今天的优势会被明天的趋势所取代，逆水行舟，不创新则淘汰！
- 2、战略来自策略，策略来自市场，市场来自客户的需求，产品和服务只不过是满足客户需求的一种手段！
- 3、从来没有停止前进的行业，只有止步不前的企业，创新营销赢得未来！
- 4、市场在变，客户在变，需求也在变，我们唯一能做的就是不断设法寻找和满足客户的新需求，与客户建立长期有效的协同关系！
- 5、营销是企业的命门所在，企业除了销售其他的都是可以算作成本，营

销创新能从根本上解决销售难做的困境！

6、中国正在快速发展成为创新型国家，企业要想在未来的黄金十年不被淘汰，唯有时效创新！

7、商界从来没有一个单打独斗的英雄，只有善于联合的智者不断创在这1+1大于111的神话！

8、做企业一定要学会创新思考，预知未来，并且要善于创新与设计未来！

9、未来10年，要么创新，要么淘汰！竞争有时候就是这么任性！

10、优质资源总是会在第一时间被创新者掠夺，谁先创新，谁就抢占了先机！