

# 营销模式创新

## 课程背景：

随着商业竞争日益激烈，企业进入精细化、创新化经营竞争阶段，在这个阶段，传统营销渠道竞争剧烈、品牌林立，围绕营销价值链为出发点来进行精细化营销运行，进一步优化、重组、创新、整合营销细节来提升企业的业绩，进而提升企业整体价值，已成为一个关键！

建立营销业绩提升的闭环系统？如何从竞争分析、客户分析、产品系统、营销方式、业绩结构、VIP 管理等方面系统扫描分析，找出关键策略并落地实施。透视企业的真实数据和事实？如何挖掘业绩提升的突破点？如何找到业绩提升的关键方法？如何创新营销模式突破性成长业绩？

本课程适合进行精细化营销过程，并创新营销模式提升营销业绩的营销团队培养。透过“商业架构+教练”的方式去互动研讨，可以深入营销结构，快速找到解决方案并落地实施行动计划！

## 课程收益：

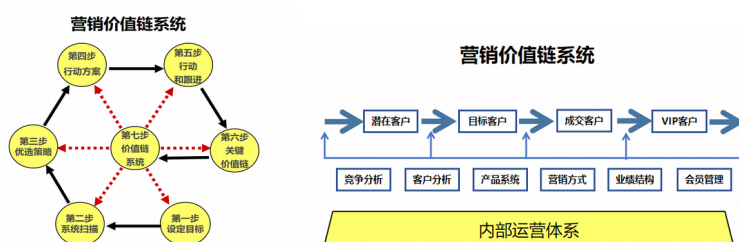
- 清晰目标，透视营销价值链，找到提升策略
- 掌握突破性提升营销业绩的关键价值链方法
- 掌握营销模式创新的架构和思维工具，找到营销模式创新突破的策略
- 掌握各种激发潜力思维的工具
- 掌握培养营销团队的关键方向

课程时间：2 天，6 小时/天

课程对象：企业总经理、副总、营销经理

课程方式：真实目标演练、案例解剖、分组研讨、体验式学习、制定行动方案

## 课程模型：



这些创新类型关注企业最核心的运营和业务系统

这些类型的创新关注企业核心产品或服务，或者是企业所提供的产品与服务组合

这些类型的创新更加关注企业及业务系统中面向客户的元素

## 课程大纲

前言：营销创新的时代

## 第一讲：营销价值链系统

### 第一步：清晰目标

#### 1. 探索目标

- 1) 什么是愿景目标、结果目标和行动目标？
- 2) 设定营销目标（SMART）及分解
- 3) 关于目标的深入思考（5W2H）
  - a 为何是这个目标？
  - b 还可以是什么目标？
  - c 谁对目标负责？
  - d 何时达成目标？是否分步骤？
  - e 怎样知道实现了目标？
  - f 实现目标的资源？

#### 2. 判定目标实现的可能性

- 1) 清晰结果目标  
工具：cup、月度业绩表

- 2) 目标誓言

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 1：营销业绩目标

### 第二步：看清现状

#### 1. 竞争分析扫描（SWOT）

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 2：竞争策略

#### 2. 客户分析扫描

- 1) 客户的区分
- 2) 核心客户的需求

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 3：客户策略

#### 3. 产品系统扫描

- 1) 产品的组合
- 2) 产品结构优化

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 4：产品策略

#### 4. 营销方式扫描

- 1) 营销公式
- 2) 五种客流来源

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 5：营销方式策略

#### 5. 业绩结构扫描

- 1) 价值公式
- 2) 价值链

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

练习 6：业绩突破策略

#### 6. 会员管理扫描

- 1) 老客户管理
- 2) 老客户价值开发

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

## 练习 7：会员管理策略

### 第三步：优选策略

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

## 练习 8：优选策略

### 第四步：行动方案

1. 将第三和第四步的策略方法制定实施的行动方案(5W2H)

2. 培训行动方案，落实实施的准备工作

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

## 练习 10：行动方案

### 第五步：行动及跟进

1. 行动

2. 跟进

1) ABC 跟进法

2) 内部教练团队

### 第六步：关键价值链

#### 1. 业绩公式

1) 业绩如何计算？

2) 销售数据的结构是怎样的？

3) 客流来源渠道都有什么方式？比例如何？

4) 先看什么？再看什么？

#### 2. 关键价值链：达成业绩成果的关键桥梁

1) 如何提炼价值链？

2) 基于价值链找到业绩提升突破点

3) 发掘突破性增长业绩的方法

4) 制定关键价值链？

课堂研讨：以企业为单位进行讨论，完成练习手册

## 练习 9：关键价值链

### 第七步：营销价值链系统

#### 1. 总结成功做法，提炼价值链

将行之有效的确认有效的行动结果

2. 确定新目标

## 前言：业绩增长的更大空间在哪里？

### 第二讲：营销模式创新

#### 一、挑战现有的逻辑

1. 了解现有行业趋势就能洞悉先机并获得竞争优势么？

2. 已获得的优势为何不能长久保持？

3. 一直以来的战略逻辑：“差异化”和“低成本”两者不可兼得，是这样吗？

4. 什么是“客户价值”？

5. 什么是衡量“客户价值”的关键？

6. 从门捷列夫的化学元素表到创新十型

案例研讨：那些卓越运营的企业有什么特点

#### 二、创新您的营销新模式

##### 1. 营销创新十型工具

1) 盈利模式（如何赚钱）

2) 网络（如何联合他人创造价值）

- 3) 结构 (如何组织并匹配人才和资产)
- 4) 流程 (如何采用独特或卓越的方法运营企业)
- 5) 产品表现 (如何开发具有显著特征和功能的产品)
- 6) 产品系统 (如何创造互补产品和服务)
- 7) 服务 (如何支撑和提升产品的价值)
- 8) 渠道 (如何将产品和服务提供给客户和用户)
- 9) 品牌 (如何展示产品和业务)
- 10) 客户交互 (如何培育吸引人的互动)

案例分析：福特t型车、生姜酒店

## **2. 创新营销模式**

- 1) 三大创新转变：商业模式、平台或客户体验
- 2) 营销模式创新核心策略
- 3) 如何实施新营销模式

3. 实施新营销模式

分享总结，结束！