

《新时代·新营销——企业营销创新之道》课程介绍

【课程背景】

经过四十年的改革开放，中国经济取得了巨大成就，成为世界第二大经济体。进入新时代，中国宏观经济呈现新常态，市场环境发生了根本性变化，市场不确定性的特点更加明显。在这种时代背景下，企业营销遇到了新的挑战，主要体现在以下几个方面：企业对市场发展趋势和寻求市场机会的难度加大；理解和服务消费者的难度加大；动态条件下制定营销战略和营销计划的难度加大；内部管理提出了更高的要求等。做好新时代营销工作需要将营销学的普遍原理和企业实际相结合，紧贴时代脉搏，需要在营销理念、营销战略、营销活动管理等方面进行创新。

【课程收益】

- ◇ 了解新时代的内涵
- ◇ 学会分析时代条件下对企业营销的影响
- ◇ 学习营销的基本理论
- ◇ 了解营销创新思维
- ◇ 掌握营销战略创新的方法
- ◇ 营销活动创新方法

【课程对象】

营销人员，企业中高层管理者

【课程时长】

2天（6小时/天）

【课程大纲】

导入案例：百年老店的倒闭与BAT的崛起

一、审时度势——如何认识新时代

1、新时代关键词

1.1 经济新常态

1.2 社会基本矛盾发生了根本变化

1.3 新技术革命

1.4 知识型社会

2、新时代给企业营销带来的影响

2.1 市场力量发生了变化

2.2 消费者发生了变化

2.3 行业边界模糊化

案例：

- 喜茶火爆现象分析
- 方便面行业的真正竞争者

小组讨论：

- 分析自身企业成功驱动要素
- 传统企业如何打搭上互联网这班车

二、路在何方——营销战略创新

1、企业与时俱进的营销理念

1.1 从老板思想到企业家精神

1.2 以人为本的经营思维

2、营销创新思维

2.1 用户体验思维

2.2 场景思维

2.3 弱关系与强关系思维

2.4 差异化思维

2.5 新品类思维

3、找出关键驱动要素

3.1 企业内部优劣势分析

3.2 客户关注点分析

3.3 提炼价值主张

4、制定营销战略

4.1 营销战略规划

4.2 明确市场定位

4.3 产品及服务设计

4.4 营销模式创新

4.5 传播与推广方式创新

案例：

- 真功夫，从快餐店走出的大型饮食连锁企业
- 我们应该向华为学习什么？

三、与时俱进——营销活动管理创新

1、营销计划制定

1.1 营销目标管理

1.2 营销行动计划

1.3 营销预算编制

2、营销组织管理

2.1 营销组织设置

2.2 营销组织制度制定

2.3 营销组织考核与激励

3、营销控制创新

3.1 营销效果评价

3.2 营销问题分析

3.3 营销措施改善

案例：

- 百雀羚互联网营销遭遇失败
- 瑞幸咖啡的前途如何
- 海尔组织改革背后的思考

小组讨论：

- 如何找到企业的营销创新点