

营销模式创新

前言：营销模式的动态组合

- 1、4P 的营销逻辑
- 2、4C 的营销逻辑
- 3、4R 的营销逻辑

第一讲、商业模式创新概述

- 1、什么是商业模式
- 2、商业模式创新的意义与作用
 - 1) 为什么商业模式创新比技术创新更重要
 - 2) 商业模式创新是企业战略创新的核心
 - 3) 商业模式创新是企业营销创新的基础
- 3、产品、企业价值观和商业模式关系
- 4、营销模式与商业模式的区别与关系
- 5、商业模式创新的三个步骤
 - 1) 分析现有商业模式
 - 2) 寻找商业模式创新的途径
 - 重新定义顾客，提供特别的产品和服务。
 - 案例：春秋航空
 - 改变提供产品/服务的路径。
 - 案例：戴尔电脑
 - 改变收入模式。
 - 案例：麦当劳
 - 改变对顾客的支持体系。
 - 案例：海尔
 - 发展独特的价值网络
 - 案例：格兰仕

第二讲、客户价值创新——由低层次价格战向整合价值提供转变

- 1、客户的组成
 - 客户角色的认知
 - 激励是动力
 - 顾客让渡价值
 - 顾客感知风险
- 2、客户价值构成解剖——客户总价值=物质利益+过程利益+关系利益
 - 1) 什么是物质利益？
 - 2) 什么是过程利益？
 - 3) 什么是关系利益？
- 3、营销实现的过程——向客户提供价值
 - 什么是产品
 - 产品属性的研究思路与应用

服务的实质是什么

CRM 管理的意义

4、为什么说不能给客户的过程利益和关系利益就根本无法超越价格战？

- 1) 为什么说物质利益是产品提供的？
- 2) 为什么说营销就是给客户的过程利益和关系利益？

3、不同细分市场如何提供不同的客户价值？

- 1) 客户不同市场细分类型
- 2) 不同市场细分类型客户对各种利益的不同需求

4、客户生命周期的不同阶段如何提供不同的客户价值？

- 1) 客户生命周期分析
- 2) 客户生命周期不同阶段不同利益需求分析

第三讲、营销战略创新——由简单销售向市场驱动型战略转变

1、营销机会分析思维框架

宏观环境分析（PEST 分析）

行业分析（Porter 模型）

5Cs 分析

企业的愿景

相关要素分析

成功要素分析

差距要素分析

确定战略方向

2、为什么不实施营销战略中国企业就难以突破？

- 1) 什么是营销战略？
- 2) 营销战略的地位、重要性及作用
- 3) 为什么战略决定成败？

3、如何进行营销战略规划及其管理

- 1) 如何进行营销战略规划？
- 2) 如何执行营销战略？
- 3) 如何对营销战略实施有效管理？

4、营销战略的五种模式

1. 稳定型：维持产品市场现状
2. 反应型：在稳定基础上变革
3. 先导型：向有联系的产品市场发展
4. 探索型：向新产品领域和海外市场发展
5. 创造型：以我为主开发新产品，拓展新市场

第三讲、营销过程创新——由随心所欲向做实每个业务机会转变

1、整合营销传播

- 1) 如何设计整合营销传播体系
- 2) 整合营销传播操作关键点把控
- 3) 整合营销传播的未来

2、四大原则解决信息不对称

- 1) 有效性原则

- 2) 主导性原则
- 3) 适宜性原则
- 4) 极致性原则

3、营销人在业务过程存在的典型问题和常犯的低级错误

- 1) 业务过程中常常存在的九种状况
- 2) 业务过程中常八大错误

4、做实业务机会六大步骤

- 1) 价值优先化
- 2) 业务模式化
- 3) 证据可视化
- 4) 谈“单”过程化
- 5) 过程流程化
- 6) 流程制度化

5、做实业务机会所需的营销四大力量

- 1) 产品的力量
- 2) 业务人员的力量
- 3) 组织的力量
- 4) 品牌的力量

第四讲、营销队伍建设创新——由业余选手向职业选手转变

1、如何正确认识和把握营销队伍的地位与作用

- 1) 为什么说营销队伍在组织中犹如足球队的前锋一样？
- 2) 低水平营销队伍对组织发展的制约

2、为什么说要建立营销职业选手团队

- 1) 业余选手的典型特征
- 2) 业余选手与职业选手的差距

3、如何打造一支职业营销选手队伍？

- 1) 制度建设
- 2) 严格考核
- 3) 系统培训
- 4) 企业文化和团队精神建设
- 5) [有效激励](#)

第五讲、渠道建设与管理创新——由建设渠道向经营渠道转变

1、渠道管理的内容

- 1) 渠道战略管理
- 2) 利益管理
- 3) 激励管理
- 4) 风险管理
- 5) 成长管理
- 6) 全程管理等

案例：哇哈哈、宝洁、联想、瑞德丰等分析

2、渠道建设的转变

- 1) [精细化管理](#)

- 2) 深度分销
- 3) 渠道经营
- 4) 渠道分化

3、终端建设与管理

- 1) 终端位置
- 2) 终端陈列
- 3) 终端形象
- 4) 终端生动化建设
- 5) 终端导购
- 6) 终端促销

第六讲、营销模式

- a) 全员营销
- b) 服务营销
- c) 网络营销
- d) 知识营销
- e) 绿色营销
- f) 直接营销
- g) 数据库营销
- h) 关系营销
- i) 文化营销