

航海时代

情境沙盘模拟演练课程

国际 ACI 注册沙盘讲师：魏滨



航海时代—市场营销全流程沙盘模拟演练课程

序：“营销无处不在，是取得销售业绩最大化的制胜法宝”，随着培训行业的发展，越来越多样的营销培训课程悄然兴起。为了适应市场及高端客户的更高的需求，传统的讲师授课式的培训形式已经慢慢无法满足客户多元化、趣味化、落地化的培训需求，因此更好的培训形式与客户培训核心内容的完美融合，成为了当今及未来培训行业的主流课程。

《航海时代》情境沙盘模拟课程将市场营销与沙盘模拟互动为一体，在玩与学的过程相互转化，从感性上升到理性的高度，让学员从营销谈判的技巧学习当中的全面提升学员市场营销思维，有力提升营销能力。

背景：十八世纪末期，世界航海业有着突飞猛进的发展，太平洋中小岛沃尔纳斯岛，原本是海盗的天堂，随着时代变迁，海盗们也转做正当生意，看好航海业的蓬勃发展，纷纷转入帆船制造行业，成立多家帆船制造公司，大量生产风帆设备，获取丰厚利润。

一、培训对象：市场营销及高级客户代表

二、培训规模：36-42 人为宜

三、授课时间：1 天为宜（一天模拟销售谈判十个回合）

四、课程流程：

在大航海的背景下，沃尔纳斯岛上风帆设备制造如火如荼，逐渐涌现六家规模较大公司，这六家公司各有各的核心技术与产品，为全世界的航运公司提供风帆设备，这六家公司既有竞争也有合作，

这个中间就产生了大量交易，为了谋取更高的利润，往来交易过程中，销售谈判，达成共赢，取得利益最大化成为每家公司追逐的目标。本课程模拟六家出身海盗的公司，在残酷的市场竞争中，销售自家产品货原料，购置别家原料或产品，在 10 个销售回合中，看哪一家公司获取最大的利润，成为沃尔纳斯岛上最后的赢家。

五、课程模式：沙盘演练+情景互动+分组讨论+行动学习

六、课程主要分享内容：

第一章 认识市场营销

- 市场营销
- 现代市场营销观念

第二章 顾客价值与市场营销战略

- 顾客价值与顾客满意
- 市场营销战略设计
- 营销计划

第三章 市场营销环境分析

- 市场营销环境的概念、分类和特征
- 宏观营销环境
- 微观营销环境
- 市场营销环境分析与对策

第四章 消费者市场和购买者行为分析

- 消费者市场与消费者行为模式
- 影响消费者购买的主要因素
- 消费者购买决策过程

第五章 市场调查与研究

- 市场调查的程序与方法
- 市场需求测量的概念和方法
- 市场预测的程序与方法

第六章 目标市场营销战略

- 市场细分
- 目标市场选择

- 市场定位

第七章 产品策略

- 产品与产品组合策略
- 产品生命周期策略
- 新产品开发策略
- 品牌、商标与包装策略

第八章 价格策略

- 影响定价的因素
- 定价的一般方法
- 定价的基本策略

第九章 分销策略

- 分销渠道的作用与类型
- 中间商
- 渠道的设计与管理

第十章 促销策略

- 促销组合
- 广告策略
- 人员推销策略
- 销售促进策略
- 公共关系策略
- 其他促销方式

第十一章 电力行业营销

- 电力营销业务
- 业扩
- 计量
- 抄核收
- 电力营销业务涉及模块