

# 系统营销

## 课程大纲：

### 一、营销是一个系统

案例一、我们怎么哪？

案例二、不急着装

讨论：这两个企业存在什么问题？

企业常常出现的三大营销问题

1、营销战略系统

2、营销战术系统

3、营销渠道系统

4、营销活动系统

5、营销配套系统

6、营销合作系统

### 二、营销时代 10 大转变：

1、从随性营销到系统战略营销

2、从价格营销到整体价值链营销

3、从被动营销到主动营销

4、从独家营销到合作营销

5、从线下营销到线上线下一体营销

6、从浅层营销到深度营销

7、从市场营销到关系营销

8、从广告促销到二线营销

9、从专员营销到全员营销

10、从业务营销到顾问营销

### 三、营销以什么方式开展合适：

1、体验营销体验什么：

1) 产品营销——服务营销——体验营销

2、文化营销如何实操：

3、感性营销如何促成：

4、品牌营销如何拉动：

5、事件营销全城热议：

6、悬念营销让客户想念：

7、互动营销互动产值：

8、联想营销联接心灵：

### 四、营销渠道如何做透：

1、广告营销如果经济有效？

2、电话营销如何有效持续？

3、网络营销大袭如何把握？

4、小区营销如何做成做精？

5、店面营销如何有效成交？

6、会议营销如果把控效果？

7、关系营销开拓哪些关系？

8、全员营销如果落地执行？

## 五、营销组合：

- 1、品牌、营销、促销、推销相结合
- 2、整体营销和单点营销相结合
- 3、长期营销和短期促销相结合
- 4、主题营销和营销活动相结合
- 5、广告宣传 and 品质服务相结合

## 六、客流的内外营销系统

### 1、内营销

- 1) 客资管理
- 2) 跟进系统
- 3) 实战演练
- 4) 竞争与激励机制

### 2、外营销

- 1) 营销规划 (工作年历)
- 2) 营销主线 主题
- 3) 营销模式组合
  - 1 大会销 + 小店销——总经理
  - 2 电销 + 信销 + 区拓——营销 / 市场经理
  - 3 网销 + 广告 + 公关——研发 / 品推 / 企划经理
  - 4 工销 + 样板间——工程经理
  - 5 回头单——各中层经理

### 3、营销规划组合拳

## 七、影响客流的数量质量问题

- 1、客资不足 (储备意向客户不多 / 本月上门客户不足 / 回头客不足)
- 2、客资不高 (客户分析 / 做准备判断 / 深度公关)
- 3、挖掘客资渠道单一 (渠道：电销 / 信销 / 书销 / 期销 / 网销 / 区拓 / 会销 / 店销 / 公共 / 广告 / 工地 / 回单 / 样板间营销)  
信息 - 节日问候 / 营销 / 老客户维护 / 知识性 / 跟进流程关键节点)
- 4、话术吸引力不够 (挖掘痛苦 / 设计话术 / 实战训练)
- 5、挖掘客户时间分配不好 (准备的时间 / 协调时间 / 细节时间 / 私事时间)
- 6、广告投放力度不够，经费不会投 (投放掌握的度 / 给老板理由)
- 7、价格高客户不敢来 (报价拆分)
- 8、品牌影响力不够 (营销规划)
- 9、客户消费观念低 (有钱没理念的客户才是我们的挖掘客户)
- 10、市场淡季 / 市场需求量不够
- 11、客户不着急
- 12、竞争对手太多太强势 (了解竞争对手的情况)
- 13、营销效果不好

## 八、增加客流的十种策略

- 1、整合资源——收集名单 客户分类 找资源
- 2、组合推广——软硬兼施 聚焦有效 找可能性让客户知道
- 3、活动营销——店销 / 洽销 / 会销 / 电销 / 网销 / 信销 / 书销 / 期销 找理由来
- 4、深度外销——工地营销 / 样板间营销 / 小区深度营销 找终端优势

- 5、促销模式——常促节促 不促话术 找买单理由
- 6、销售模式——开创属于你不可取代独特销售模式 找优势差异
- 7、深度公关——全员营销 售楼物业 找准人脉即有钱脉
- 8、增回头客——增强产品服务价值感提高忠诚度 找老客户服务
- 9、挖掘潜在——加强谈单技巧随时挖掘潜在客户 找可能性
- 10、承诺保证——无风险保证 找平衡 减少抗拒