

以市场为导向的经营管理

课程说明：

本课程希望向企业经营管理人员介绍在经营管理过程的如下问题：

面对激烈的竞争环境，企业该如何把握市场机会，成功营销？

同业之间能力差距缩小，产品优势越来越不明显，如何打造营销领域的核心竞争力？

除了直接竞争的对手以外，是否知道谁是你的潜在竞争对手？

该如何进行有效的市场分析与研究，找准市场定位？

如何制定合宜的市场策略，推出符合客户期望的产品与服务组合？

如何找出制约经营的瓶颈，集中火力突破困境？

如何制定行动方案，确保市场策略的有效落地？

企业的存续取决于自身的竞争优势与相匹配的战略思想，或是成本领先战略，或是差异

化或单一化战略，这些战略类型的目标是使企业的经营在产业竞争中高人一筹。在一些

产业中，战略成功意味着企业可取得较高的收益；而在另外一些产业中，一种战略的成

功可能只是企业获取些微收益的必要条件。本课程试图以不同的行业视角来探讨企业应

如何从自我分析、到掌握市场，进而制定合理的营销策略并有效执行，实现业绩的提

升。

随着移动互联网的深度发展，新零售为全供应链带来许多新的机遇，电商、微商全面爆发，实体销售渠道也不断以新的形态出现，线上线下、虚虚实实，企业所面对的早已经不是传统意义上的竞争对手，更强、更大、更有创新及技术能力的玩家，在极短的时间就能迎头赶上甚至主宰整个市场。身为管理者必须时刻搞懂自身业务和市场情况，从长短板中找出符合企业长期发展的市场竞争策略，同时能够制定出具体可行的行动方案并推动团队落地执行。

本课程通过案例与演练深入浅出地探讨：如何进行市场分析与研究，发现行业痛点，找准市场定位；如何制定市场策略，推出符合客户期望的产品与服务组合；如何在激烈的竞争环境下找到市场机会；助力资深管理者思维转型、让新的管理者快速上手。

课程收益：

- 建立系统化经营管理方法论
- 掌握区域市场分析的方法，发现自身行为模式、洞悉客户的潜在需求
- 强化学员策略性思维，系统化的规划区域市场策略
- 明确销售战略规划，制定合理销售目标
- 培养高效能习惯，强化参训学员执行能力；
- 统一团队价值观，强化员工的主人翁责任感。

课程时间

1天/6H

适应对象

企业各层级的经营管理人员、总经理、CSO、CMO、CEO

课程特色

中国百强企业的内训课程，世界五百强企业订购的必修课程。

结合中国特有的国情、企情、市情、人情，精心设计的课程内容。

针对企业存在的实际问题层层剖析，并以独特的“理论讲解+精准案例分析+小组讨论+体验式情景模拟+视频赏析”的激情授课方式展现给学员，以效果为导向，幽默风趣、通俗易懂、见解新颖、深入浅出、别具一格。

课程提纲：

【上篇】以市场为导向

第一讲：关注市场变化

1. 市场上发生了哪些变化，客户？竞争对手？自己？
2. 面对激烈的竞争环境，企业该如何把握市场机会？
3. 优秀是卓越的大敌：绝大多数的公司始终未能成为卓越的公司

◎案例：顺丰速运成了市值最高的民营快递企业，顺丰是否会错过了成为更伟大企业的机会？

第二讲：市场管理的基础

1. 市场理论基础知识
 - 1) 市场概念：什么是市场，什么是市场管理，影响市场的关键因素
 - 2) 市场研究：市场研究分类与常见的市场研究活动
 - 3) 市场策略：按产品生命周期、按市场地位
 - 4) 市场竞争现状：我司的市场份额表现
 - 5) 品牌目标与品牌定位

2. 市场导向的经营管理 = 营销

1) 营销使命：整合资源，创造收入，实现利润最大化

2) 营销诊断：找到制约业绩提升的瓶颈

【中篇】发现业绩瓶颈

第三讲：搞懂市场

1. 宏观经济及行业：关注与我司业务相关的行业发展态势

2. 关注竞争对手：发现优势、克敌制胜、寻找标杆、借鉴学习

1) 谁是竞争对手？需要关注哪些信息？

2) 深入调查与研究、分析结论制定策略

3. 分析市场动态：掌握行业脉动，找准市场定位

◎案例：模拟与解读关键报告之：“市场动态报告”。

4. 分析客户满意度：消费者研究是解读客户的过程

◎案例：模拟与解读关键报告之：“客户满意度报告”。

第四讲：搞懂业务

1. 业务分析的基础：数、相、理、议

2. 整体业务分析：

1) 收入、业务量、利润现状与趋势

2) 产品及服务分析：各产品及服务的业务现状与趋势

3) 折扣分析：折扣金额及占比的趋势变化

4) 客户结构分析：按客户分层的业务表现及趋势变化

3. 客户管理分析

1) 客户开发与维护现状

2) 客户投诉、客户理赔现状

3) 客户需求满足情况

4. 个性化分析：特有产品业务

5. 确认“瓶颈”：提炼改进要点

◎案例：解读某大型快递企业关键报告之：“业务分析报告”。

【下篇】实现业绩倍增

第五讲：做好策略

1. 有针对性地制定满足客户需求的市场策略
2. 明确产品结构：产品设计基于市场定位，符合目标市场特征
3. 做好销售管理，打造销售铁军
4. 明确业绩目标，层层分解、责任到人
5. 根据销售策略确认收入来源，明确谁来销售
6. 明确价格、服务与推广策略

◎案例：观看视频“城市驱动、城市速度”，分析活动效益。

第六讲：做好执行

1. 如何销售：
 - 1) 熟悉掌握销售技巧，清楚销售过程
 - 2) 严格的过程管理
 - 3) 落实销售辅导，提升能力、改善绩效

◎案例：销售过程辅导工具介绍

2. 如何推广：
 - 1) 全面、多元的渠道组合方式
 - 2) 借力专业第三方，使推广细节更灵活、更具针对性
3. 如何保障营销策略与工作落地：
 - 1) 组织、人员、制度流程、系统工具、组织氛围、物资保障
 - 2) 个人绩效结果应用

课程总结及问题解答