

# 企业系统营销变革与实践

迭代营销思维 · 玩转营销模式 · 开启利润金钥匙

主讲：王程老师

## 【课程背景】

中国的经济与市场正经历增速换挡、产业升级、渠道变革和消费升级等各种纷繁复杂的变化，传统营销模式已不能当前的市场形势。营销是经营管理的核心环节，是企业的大动脉，某种程度上营销的成败决定了企业的成败。

您在企业营销工作开展过程中，您是否遇到以下“痛”：多年来业绩停滞不前，利润下滑？产品无论怎么降价，都卖不出去？营销业务找不到新的业务增长点？营销人员看起来总是很忙，就是没业绩？无法建立有效的营销模式，无法快速爆发性增长？营销业绩总是不可预测，偶然性远远高于必然性？与高层客户见面，总是不知道如何快速建立信任？缺乏系统的营销团队打造方法，无法形成合力？面对新业务，缺乏具体可行的开发思路与方法？核心管理层营销视角受限，不能理解一线业务？营销管理内控不到位，内部监管不力？

当前，在中国的企业家和管理者面对转型经济和新兴市场的中国大环境，经历着前所未有的挑战和机遇，企业如何进行有效的营销

管理？如何打造战无不胜的营销团队？如何搭建自我驱动的团队模式，全面提高营销竞争力缔造非凡业绩？如何突破传统模式的瓶颈，找到快速突破的营销模式，实现业绩暴涨？如何通过有效可行的营销方法提升营销效率，实现高效能？如何制定前瞻可控的营销战略？如何快速整合各类资源？如何制定可控的营销战略？如何提高核心管理层的营销思维？如何精准的提升企业的品牌，引爆市场？如何借助互联网的手段，给传统企业插上互联网的翅膀，借力高飞？面对这一系列课题，企业要想突出重围唯有变革与创新，必须从营销思维、竞争战略、营销战术到整个营销系统进行全面升级，最核心的就是系统性营销思维的突破，打造“一线呼唤炮火”的营销全流程管理体系，实现营销团队自动运转。

### **【课程对象】**

本课程专为企业核心管理层而设置，包括董事长、总裁、副总裁、总经理、营销总监、市场总监、分公司经理、各职能部门负责人等企业核心中高决策层开设。课程招生对象为企业中具有3年以上管理经验的中层管理人员，并已掌握了基本的营销知识。建议一家企业派出不同部门不同背景的多位高潜质员工参加本课程，确保企业通过学习能够同频的系统性提升企业的整体营销能力，上下同频打造以业务为导向的营销思维体系。

## 【课程收益】

本课程帮助学员：

- 系统理解营销的 10 大核心秘诀，掌握营销的本质
- 系统掌握营销的基础核心理论，掌握基础营销理论框架
- 系统掌握需求的本质，建立以客户需求为导向的营销思维模式
- 系统学会自我驱动型金牌高效能团队的搭建
- 系统学会快速实现业绩暴增的营销模式
- 系统学会超过 10 种以上的黄金营销方法
- 系统掌握并应用营销内控，通过优秀过程达成优秀结果
- 系统掌握营销管理的核心，规避内部贪污、保障客户资源
- 系统掌握 8 种以上黄金营销思维，突破营销认知边界
- 系统掌握如何为传统企业插上互联网的翅膀，借力腾飞
- 系统掌握不同企业不同类型的业务的市场品牌推广方法

## 【课程特色】

- 强基础，建体系，塑思维
- 不系统落地，一切都等于零
- 六位一体的课程体系：理论+思维+方法+工具+案例+研讨
- 干货，没有废话；完全基于实践的总结，案例式交流

- “必须上、上得起、听得懂、学得会、用得上”的营销思维实践型课程

### 【教学方式】

- **课程逻辑**：差距（目标-现状）、理论、思维（why）、方法（what）、工具（how）、案例分析、企业案例研讨
- **呈现方式**：小组讨论、技能演练、案例分析、实操练习、课堂测试

### 【课程时间】

- 12 - 48 小时

### 【课程提纲】

#### 一、营销模式 – 模式致胜业绩暴增密码（共 10 案例）

1. 营销模式致胜核心要素阐述
2. B2B 营销模式的方法论
3. B2G 营销模式的方法论
4. 10 大精彩案例模式分享

#### 二、营销内涵 – 7 大认知正确理解营销（共 8 案例）

1. 营销的商业逻辑图

2. 哪些人及部门需懂业务
3. 营销的本质与内涵
4. 有效客户的四大标准
5. 营销到底卖的是什么
6. 营销管理时间管理及分配原则
7. 核心营销理论及框架

### 三、营销方法 – 方法助力效率效益倍增 (共 22 案例)

1. 大项目决策关键人识别六要素
2. 大客户分析五星法
3. 大客户营销-六脉神剑
4. 新业务决策与部署·营销金四角
5. 新业务从 0 到 1 突破·奇迹营销 9 部曲

### 四、营销管理 – 优秀过程达成优秀结果 (共 6 案例)

1. 营销费用管控
2. 营销项目管控
3. 营销客户管控
4. 营销内控体系

### 五、营销团队 – 搭建自我驱动狼性团队 (共 10 案例)

1. 营销团队的定义及要素
2. 员工工作行为 2 维度阐述
3. 员工工作阶段 4 维度阐述
4. 营销领导力 4 维度阐述
5. “赢”在营销思维罗盘（8 维度）

## 六、营销误区- 营销业务常见 5 大误区（共 10 案例）

1. 公司产品不如别人家的好
2. 过于期待引入外部资源来实现营销突破及增长
3. 头痛医头脚痛医脚，关注现象忽略本质问题
4. 明明可以依靠制度，却依靠人情
5. 企业发展阶段定义不清晰导致及团队错配

| 时间  | 上午           | 下午           | 晚上               |
|-----|--------------|--------------|------------------|
| 第一天 | 营销模式         | 营销内涵         | 营销模式研讨<br>营销内涵研讨 |
| 第二天 | 营销方法<br>营销管理 | 营销团队<br>营销误区 |                  |

