

总裁系统营销精英实战班

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. B2C 营销模式的方法论
4. B2G 营销模式的方法论
5. 10 大精彩案例模式分享

二、营销内涵 – 11 大认知正确理解营销（共 12 案例）

1. 营销的商业逻辑图
2. 企业存在目的与意义
3. 企业的终极目标探讨
4. 企业做强做大的前提
5. 哪些人及部门需懂业务
6. 营销的本质与内涵
7. 有效客户的四大标准
8. 营销到底卖的是什么
9. 为什么是我而不是他人
10. 营销管理时间管理及分配原则
11. 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. 消费者业务营销-六脉神剑
5. 新业务决策与部署·营销金四角
6. 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、市场品牌 – 造概念造势造场引爆市场 (共 6 案例)

1. 为什么要重视品牌营销
2. 商标与品牌有什么区别
3. 品牌从几个维度去表达
4. 品牌营销核心方法论
5. 互联网品牌营销方法
6. 华为早期品牌建设经验分享

7. 集团公司集团层面品牌宣传案例
8. 消费者业务品牌宣传案例
9. 商用业务品牌宣传案例

七、营销误区—营销业务常见 10 大误区（共 10 案例）

1. 公司产品不如别人家的好
2. 过于期望神人、高人过来解决公司的难题
3. 花高价钱请来的高管安排做普通员工的工作
4. 过于期待引入外部资源来实现营销突破及增长
5. 过于依赖外部的不适当手段，赢得订单及机会
6. 头痛医头脚痛医脚，关注现象忽略本质问题
7. 过于期望咨询公司解决一切问题
8. 傻勤奋，以为努力就能成功
9. 明明可以依靠制度，却依靠人情
10. 企业发展阶段定义不清晰导致及团队错配

八、营销思维—迭代思维突破营销边界（共 12 案例）

1. 利他思维
2. 场景思维
3. 感动思维

4. 导演思维
5. 关联思维
6. 动态思维
7. 结果思维