

营销模式创新与设计实践班

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？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？

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？面对这一系列课题，企业要想突出重围唯有营销模式变革与创新，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。

【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层决策层开设。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 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 - 18 小时

【课程提纲】

一、营销模式 – 模式致胜业绩暴增密码 (共 16 案例)

1. 精彩案例导入
2. 营销模式致胜核心要素阐述
3. B2B 营销模式的方法论
 - a) 华为、三一精彩案例
 - b) B2B 黄金营销思维模型
 - c) 案例研讨与分析
4. B2C 营销模式的方法论
 - a) 鄂尔多斯服装、餐饮店裂变等案例
 - b) 7 大 B2C 营销思维模型
 - c) 案例研讨与分析
5. B2G 营销模式的方法论
 - a) 华为、三一、方豪精彩案例分享
 - b) B2G 营销模式思维模型
 - c) 案例研讨与分析

6. 企业三大案例研讨

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
 - a) 案例导入 (6 案例)

- b) 如何建立以“晃”为核心的工作思路
 - c) 六脉神剑思维模型
 - d) 六模块案例分享
 - e) 案例研讨与分析
- 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
 - a) 新业务案例导入
 - b) 新业务营销金四角思维模型
 - c) 案例研讨与分享
 - 6. 新业务从 0 到 1 突破·奇迹营销 9 部曲
 - a) 新业务突破案例分享
 - b) 新业务奇迹营销思维模型
 - c) 案例研讨与分享

四、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

五、营销思维 – 迭代思维突破营销边界 (共 24 案例)

1. 终局思维
2. 结果思维
3. Yes 思维
4. 场景思维
5. 利他思维
6. 感动思维
7. 关联思维
8. 导演思维
9. 动态思维

时间	上午	下午	晚上
----	----	----	----

第一天	营销模式	营销模式	营销模式研讨
第二天	营销内涵 营销方法	营销误区 营销思维	