

# 市场导向、组织保障

## 以市场为导向的意识培养与实现

### 【课程背景】

以市场为导向，为客户创造价值，是企业生存发展的基础。这是几乎所有企业家都知道的企业生存法则。可是，在企业管理实践中，真正做到以市场为导向，以客户为中心，却不是那么容易。首先，需要公司员工具备以市场为导向的意识，同时掌握市场分析的工具和能力；其实，在企业发展的过程中，为了实现企业的业绩要求，企业员工会不自觉地以自己为中心，盲目猜测市场。因此，想要实现以市场为导向的企业管理，培养员工的市场意识，加强公司以市场为导向的管理机制，是必要条件！如何培养员工的市场意识？有哪些市场分析和管理的工具？这便是本次培训的内容。

### 【课程收益】

- 1、理解以市场为导向的战略内涵
- 2、学习市场战略定位和分析工具
- 3、学习从客户角度分析公司产品
- 4、学习客户行为分析与品牌营销管理
- 5、学习市场规划与全流程营销管理理念
- 6、提升公司以市场为导向的管理机制与能力

### 【授课时长】 一天

**【授课对象】** 公司与产品、营销、售后服务等相关的骨干与管理层

**【课程特色】** 理论与实战相结合；方法与案例相结合；可操作性强

### 【课程大纲】

#### 一、以市场为导向的战略意识

- 1、市场定位与目标客户分析
  - 案例：手机门店布局与原因分析
  - 市场定位与目标客户
  - STP 市场战略三步曲
  - 市场细分的维度
  - 讨论：客户需求分析与目标客户画像
- 2、客户需求分析与洞察
  - 客户需求的本质
  - 练习：客户需求洞察
  - 马斯洛需求理论

- 3、从客户角度看产品：\$APPEALS
  - \$APPEALS 因素解读
  - \$APPEALS 的使用方法
  - \$APPEALS 要素分析
- 4、SWOT 分析与战略选择
  - SWOT 分析工具及应用
  - 案例：华为农村包围城市
  - 案例：任正非在消费者 BG 的讲话分析
- 5、以市场为导向的文化内涵与营销体现

## 二、以市场为导向的营销管理

- 1、市场规划与 PEST(EL)分析工具
  - 市场规划与 PEST 分析模型
  - 案例：男女比例失调与农村汽车市场
  - 研讨：PEST 市场规划与应对
- 2、客户购买行为分析
  - 客户购买行为分类与对策
    - 复杂型
    - 和谐型
    - 多样型
    - 习惯型
  - 客户购买决策因素分析
    - 文化因素
    - 社会因素
    - 个人因素
  - 客户购买决策过程分析
  - 客户购买过程与市场营销对策
- 3、市场导向的品牌包装与品牌推广
  - 品牌管理的四个步骤
  - 品牌策划与产品价值包装
  - 品牌包装的内容与形式
  - 品牌的宣传与品牌推广
  - 品牌宣传的方式与渠道

## 三、以市场为导向的组织实现

- 1、市场需求与产品研发
  - 市场变化与需求洞察
  - 从市场需求到产品实现：流程管理
- 2、全流程营销管理与优化
  - 营销全流程分析：从市场到回款
  - 营销漏斗与各环节绩效管理
  - 营销漏斗分析与流程优化
- 3、售后服务中的市场需求分析
- 4、以市场为导向的组织管理与实现

#### 四、回顾与总结：市场意识培养与管理实现