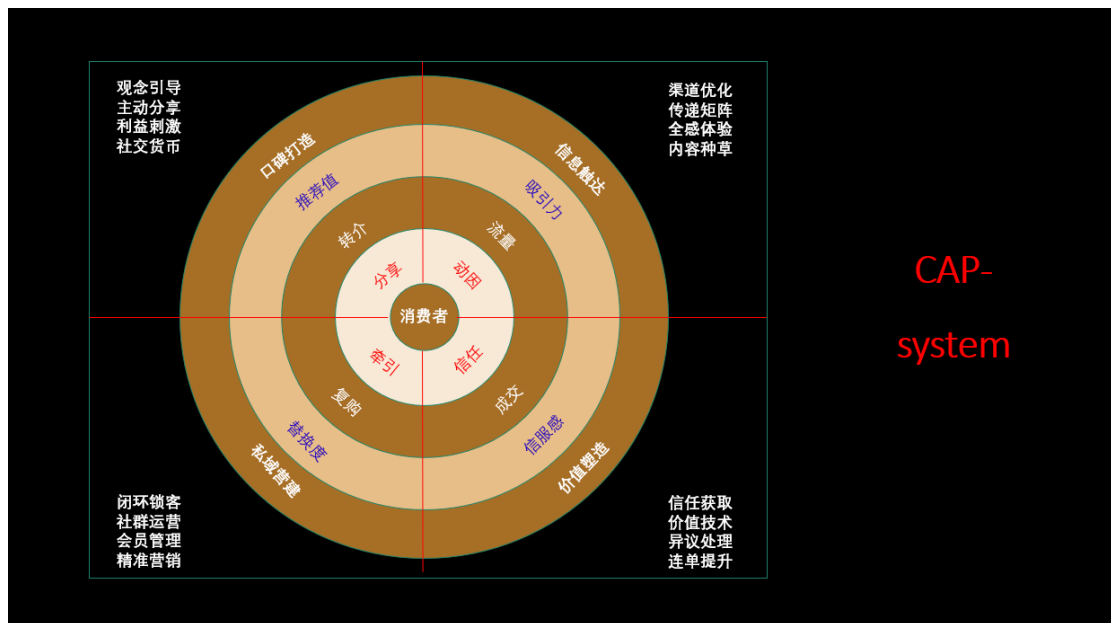
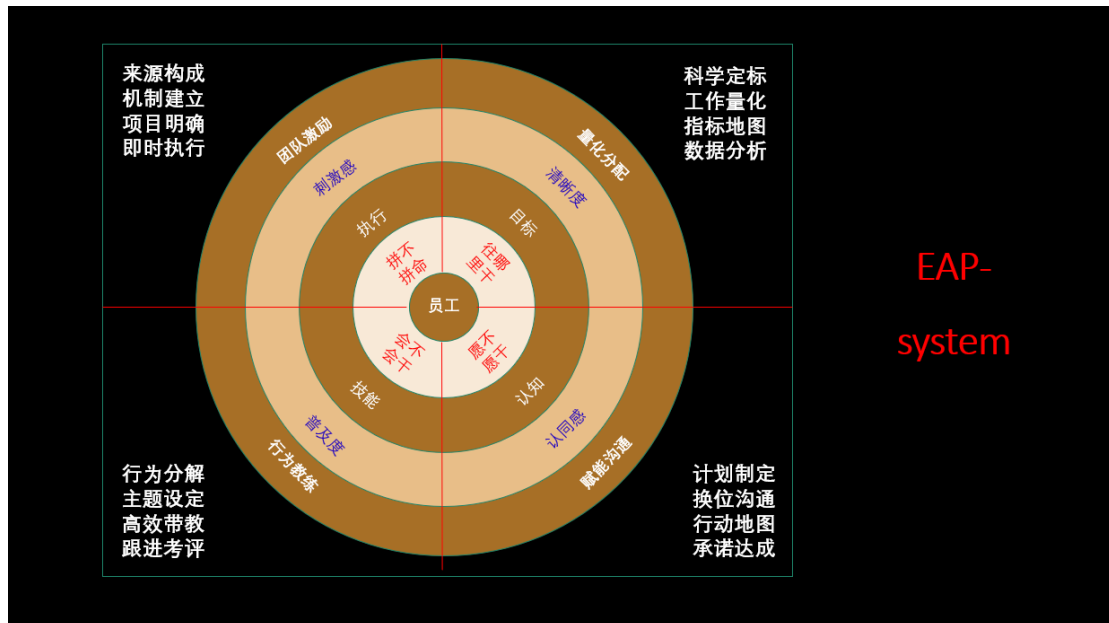


新家电-营销服务操作系统

核心模型 1 :



核心模型 2 :



课程大纲

一. 新营销分析

1. 触发消费动因的信息传播 (案例：董明珠直播分析)
2. 赢得顾客信任的价值打造 (案例：一台空调的价值体系)
3. 打造牵引体系的会员管理 (案例：家电会员管理十问)
4. 推动口碑传播的分享转介 (案例：KEEP 的分享设计)
5. 模型输出：《营销服务核心地图》

二. 新消费洞察

1. 从稀缺到过剩带来的消费变化 (案例：星巴克猫抓杯打架风波)
2. 从六零年代到零零年代的消费者特征 (案例：中国李宁的时代匹配)
3. 从集体意识到圈层归属对消费个性的彰显 (案例：39 度高帮鞋)
4. 从事实世界到关系世界的营销侧重 (案例：健身房)
5. 5G 大数据时代消费支撑变革 (案例：长尾下的小行业大需求)
6. 模型输出：《消费变革与零售现象对照表》

三. 新流量获取

1. 零售业传统经营下的流量困境 (案例：十年之前)
2. 新流量获取渠道与方法盘点 (案例：4800 万流量从哪里来)

3. 精细化流量经营与客户终身价值 (案例: 25 倍关系)
4. 社群营销定位与私域流量经营模式 (案例: 弱关系与强圈层)
5. 从 0 到 1 打造高质量社群 (案例: 社群打造四个坑)
6. 社群日常互动与活动变现的六个操作方法 (案例: 新品试销的社群操作)
7. 模型输出《私域流量池打造与变现操作模型》

三. 新服务成交

1. 服务优化与体验升级的三步操作 (案例: 宜家 1 元甜筒的巧妙设计)
2. 成交技术与连带提升的行为标准 (案例: 价格超出顾客心理预期怎么办)
3. 服务闭环锁客与精准营销的操作训练 (案例: 低房租高店均如何打造)
4. 销售流程改造与服务升级模型 (案例: 亚朵酒店)
5. 模型输出《第四代营销服务成交模型》

四. 新管理赋能

1. 销售目标量化与行动 KPI 地图 (案例: 目标制定与分解)
2. 团队赋能沟通与销售计划实施 (案例: 300 万销售的达成途径)
3. 员工技能提升与行为教练操作 (案例: 技能教练现场训练)
4. 销售激励设定与目标超越达成 (案例: 债券激励)
5. 薪酬绩效设定原则与管理匹配 (案例: 马斯洛需求层次理论)
6. 模型输出: 《销售终端赋能管理工作模型》

五. 新盈利模式

1. 产品-产品价值塑造与利润保障 (案例: 内容种草)
2. 场域-销售渠道扩展与体系支撑 (案例: 线上线下一体化)
3. 顾客-顾客终身价值与复购牵引 (案例: 会员管理体系)
4. 员工-团队动能提升与绩效优化 (案例: 人均产出与坪效对比)
5. 品牌-变与不变, 思路与执行 (案例: 宽窄之争)
6. 模型输出: 《课程思维导图与落地点确认》