

《同质化时代下如何构建产品卖点标杆》

主讲人：“标杆标准化”建设第一人——万新立

【学习背景】：在当今竞争激烈的市场中，广大中小企业要想获得持续性的胜出，必须依靠创新性、突破性的竞争方式而不能仅仅靠单一手段来获得市场。但往往由于企业行业竞争加剧，模式雷同，其结果是很多企业是处于经营的瓶颈，自身增长乏力。为解决当下中小企业的经营困境，大幅度提升企业的利润。本课程针对快消品行业的产品同质化时代下如何进行创新的“产品卖点”竞争要素，剖析旨在让企业走出“勤劳不赚钱，努力不发展”的困境！使企业抓住关键处，轻松获得高额且持久的利润，不论中小企业在任何阶段皆能起到执行落地，立竿见影的效果，从而迅速提升企业效益，达成公司的战略目标。

【学习收获】：解决产品推广难，销售差，让其卖的多、卖的好，卖出高价；

【学习时长】：两天

【适合对象】：总经理、营销总监、销售经理、区域经理、加盟商等核心人员

【课程大纲】

一、前言：我们产品越来越难卖？

A、“诺基亚”成败关键之反思；

a、结论：我们未来的出路在何方？

B、赚钱之术洞察：卖点；

二、产品力要素之卖点——你应该卖给客户什么？

A、案例解读：湖南栢加园林产品卖点；

B、产品价值的最高境界；

C、产品卖点的定义及标准；

D、小组讨论：本公司产品卖点打造；

三、产品卖点打造的方法；

A、产品卖点打造之五大步骤；

B、构建产品力四个关键；

a、关键一：精准定位目标客户

1、经典案例：脑白金的目标客户到底是谁？

2、经典案例：《征途》到底征服了谁？

3、经典案例：白酒市场的另类百亿生意经；

4、工具：目标客户要素分析表

5、小组讨论：定位本公司的目标客户（用户）群；

b、关键二：寻找客户价值“三点”

1、经典案例：“仙寓山”矿泉水的目标用户的定位；

2、经典案例：有间厨房如何在外卖红海市场异军突起；

3、经典案例:如何打造高价值林业产业经济；

4、工具：产品竞争分析图；

5、工具：客户价值曲线分析图；

6、工具：客户价值点汇总表；

- 7、小组讨论：找出本公司的客户价值“三点”；
 - c、关键三：塑造爆款+金品；
 - 1、爆款性金品工程重点、难点、关键点说明
 - 2、案例：厚工坊白酒潮流时代；
 - 3、案例：温州南方不锈钢的“金品”；
 - 4、工具：产品组合之象限分布图；
 - 5、小组讨论：找出本公司的四类产品组合；
 - d、关键四：提炼产品卖点；
 - 1、卖点提炼“重点、难点、关键点”说明；
 - 2、产品卖点核心：价值主张的原则说明；
 - 3、案例：武汉佳和时代服饰的价值主张；
 - 4、案例：roseonly 的价值主张说明；
 - 5、案例：王品牛排、太二的价值主张解析；
 - 6、小组讨论：找出本公司的产品独特价值主张；
- 四、经典案例分享：旺顺阁的产品卖点成功打造之路；**
- 五、课程总结**