

## 服务业实践营销策略与营销技巧

一. 训练题目：服务业实践营销策略与营销技巧

二. 课程时数：3 小时

三. 参加人员

四. 课程大纲：

### 壹. 新常态下服务业销售策略创新改善的方向

(一). 现在真实的市场情况与同质相似化的现象

- 生产技术相似 商品相似 营销策略战术相似 通路相似 行业操作相似

(二). 服务业在营销策略 (MARKETING) 最易碰上的地雷 (起头有偏差后面路就全歪了)

- 竞争力之父哈佛大学：M . PORTER 的营销管理优势概念
- 服务业营销策略管理该建立什么优势 (真正的不简单)
- 众多企业的通病在哪里 (不应该忽略的营销操作观念)

(三). 服务业市场优势化营销策略的重心观念落实

- 卖与买出发点的差异 (企业营销出发点意识的不同会在前路埋下众多地雷)
- 由企业导向转为顾客导向分析
- 推力与拉力的操作侧重点

案例分析 美西北航空的故事

- 世界营销大师科特勒 菲利普·科特勒 (Philip Kotler) 的销售故事

案例分析：

- 一句有关销售的真理名言

### 贰. 服务业市场营销策略优势化建立的方法

(一). 客户的心理都是些什么 (只放在商品服务本身?)

(二). 服务业商品市场营销策略规划中一定要进行的重点

- 营销优势化策略中追求利益价值与利润的差别
- 商品已进化成为完成营销目的一种工具

- 商品计划中商品目的与市场利益（浮动的调整概念）

### (三).服务业对不同客户经验的销售服务对策（工具分析对照表）

- 客户经验少同行业中产品差异高的销售服务对策
- 客户经验少同行业中产品差异少的销售服务对策
- 客户经验多同行业中产品差异高的销售服务对策
- 客户经验多同行业中产品差异少的销售服务对策

### (四).服务业在市场营销策略优势化建设方式

- 竞争力的大师迈可·波特（**Michael E. Porter**）的市场优势竞争概念
- 在大同小异中，找出自己的独特价值（企业自我检视的方法）
- 服务核心能力或鲜明个性的特质建立