



《企业营销战略管理》

讲师：史杰松博士

■课程背景：

现代企业营销战略一般包括战略思想、战略目标、战略行动、战略重点、战略阶段等。营销战略思想是指导企业制定与实施战略的观念和思维方式，是指导企业进行战略决策的行动准则。它应树立系统优化观念、资源的有限性观念、改革观念和着眼于未来观念。由于战略具有长期的相对稳定性，战略目标的实现需要经过若干个阶段，而每一个阶段又有其特定的战略任务，通过完成各个阶段的战略任务才能最终实现其总目标。本课程旨在根据过去实绩等资料来了解企业状况，协助整理出其优势和劣势，进行精准的营销战略管理。

■课程收获：

- 了解现代营销的概念与重点，理解顾客需求的变化
- 掌握企业战略规划的总体战略、经营战略与营销管理实施
- 能够根据市场环境、消费品市场及组织市场及其购买行为发掘营销战略方向
- 掌握企业产品与产品组合、品牌营销、广告营销、定价过程、方法及目标，与渠道的设计管理决策等多个战略细分
- 对企业管理人员的网络市场调查能力、分析能力及策划能力等网络营销能力进行系统训练
- 通过介绍营销战略管理研究的内容与过程,探讨现代市场经济背景下企业竞争战略的选择问题,带领企业管理人员研究和论述营销组合的战略与策略等内容

■课程时间：

2天，6小时/天

■课程对象：

企业营销经理、创业者、企业领导者、一般营销人员

■课程方式：

讲师讲授+案例分析+互动问答+情景模拟+实操演练

■课程大纲：

第一章：市场和市场营销

一、营销发展的历程

1. 生产时代解读
2. 产品时代解读
3. 销售时代解读
4. 营销时代解读
5. 社会营销时代解读
6. 移动互联网时代解读

二、营销战略思维

1. 营销在于思维
2. 营销在于价值
3. 营销在于沟通
4. 营销在于品牌
5. 营销在于服务

案例：滴滴、AIRBNB、宜家

第二章：对营销概念的理解

一、当今市场营销观念的演变

1. 企业客户从哪里来
2. 产品提升什么方式
3. 营销建设是否与数据结合

二、营销五种系统分析

1. 4P 营销系统
2. 4C 营销系统
3. 4V 营销系统
4. 4R 营销系统
5. 4I 营销系统

三、营销在公司地位的演变

案例：海底捞、淘宝、星巴克

第三章：消费者洞察

一、当今用户的理解

1. 今天消费者六大心理特征
2. 今天消费者六大行为模式

二、理解新生代消费者

1. 三个时代发展的三个关键词：柴米油盐、衣食住行、吃喝玩乐
2. 解读 8090 后消费者
3. 互联网环境亚文化演进三种模式

案例：无印良品、迪斯尼、西贝莜面村

第四章：互联网环境 打造大单品

一、移动互联网时代产品思维

1. 用户思维

2. 极致思维
3. 跨界思维
4. 大数据思维

二、移动互联时代产品模式

1. 四种产品模式
2. 讲好产品故事

案例：三只松鼠

第五章：互联网营销

一、新媒体营销

1. 如何运用新媒体工具进行社会营销
2. 企业 POE 营销
3. 社会化营销传播模型

二、互联网品牌引爆

1. 如何设计传播深远的品牌故事
2. 如何进行事件营销
3. 企业如何通过低成本品牌建设 引爆企业品牌

案例：江小白、故宫淘宝

第六章：企业营销战略整体建设

一、产品战略建设

1. 如何理解互联网环境用户心智模式
2. 如何开发一款新生代消费者喜欢的产品
3. 如何基于用户场景开发产品

二、价格战略建设

1. 如何通过价格区隔竞争对手形成差异优势
2. 高科技产品定价模式是什么
- 3 互联网环境 产品如何通过免费策略获取用户

三、渠道战略建设

1. 如何理解互联网环境渠道体系
2. 如何有效整合多种渠道
3. 渠道管理的三大技巧

四、沟通战略建设

1. 如何设计产品故事
2. 如何设计事件营销
3. 如何通过内容建设打造品牌

案例：小罐茶、美的、小米、杜蕾斯

总结：现场互动

- 一、回顾课程
- 二、互动问答