

市场营销

课程目标：

1. 学习市场营销的概念、原则与产品的营销模型；
2. 了解消费者洞察、方式及信息解读和应用；
3. 了解最新消费者洞察数据及对的影响；
4. 了解消费者购买行为及购买决策过程；
5. 学习 HBDI 全脑思维偏好模型，深度解读购物者偏好及购买行为
6. 学习 HBDI 全脑营销策略模型，准确定位品牌及产品；
7. 学习制定 OBPPC 营销策略；
8. 通过案例研讨解决目前面临的重要市场问题。

目标学员：市场营销管理人员、销售管理人员、区域推广人员

时间：2天

培训方式：讲解、讨论、案例研讨、交流分享、小组模拟

主要内容：

培训内容
第一部分：什么是市场营销 1, 市场营销的基本概念 2, 市场营销步骤与流程 3, 市场营销策略 ——4P(7P)/3R/4C 4, SWOT 分析法
第二部分：消费者洞察 1. 什么是消费者洞察 2, 消费者洞察的方法及应用 3, 消费者信息解读—消费习惯与购买倾向 —埃森哲《中国消费者洞察报告》 4, 消费者购买因素与偏好 5, 消费者的购买行为模式与决策过程 6, 消费者洞察与营销
第三部分：HBDI 全脑营销 1, HBDI 思维偏好及自我识别 2, HBDI 消费者偏好 3, HBDI 购物者行为特点

4, HBDI 消费者营销策略

5, 公司品牌/产品尚思维模式定位

第四部分：OBPPC 市场营销策略

1, 什么是 OBPPC

2, 品牌定位策略

3, 产品的定价策略

4, 促销活动

5, 渠道策略

6, 购买点营销

7, 产品 OBPPC 策略应用

第五部分：案例研讨