

---

# 《片区市场网格精准营销对决》

## 课程方案

### 壹、课程背景：

- 1、伴随电商市场和行业的高速发展，在区域片区市场各大电商展开了激烈的竞争，4G 即时和平台的进步以及应用的快速成长，在区域片区市场形成了“**全市场领域、全客户类群、全业务模式、客户全程生命周期、营销全价值链要素、客户全景式体验、全面综合运筹等六维营销模式**”新营销格局。因此，细分市场网格，挖掘竞争差异点，综合运筹，进行片区市场网格化精准化营销是京东片区营销经理创新营销，实现持续稳定增长的制胜法宝。
- 2、在产业变革转型期，片区营销要顺应产业变革，改变以往拍脑门粗放式营销，面向网格市场，深入挖掘梳理客户需求，寻找对手短板，创新营销模式，实现在既定环境资源约束条件下的营销突破是每个片区销售经理最迫切的需求。
- 3、本课程融合了讲师 20 多年（4 年顺丰销售体系建设）从事市场开发研究实战经验，在对快递物流行业变革和市场营销持续跟踪分析的基础上，历时 5 年时间精心开发的全新实战课程。该课程针对电商区域市场片区经理的营销转型实际，教授给学员面向辖区市场，进行精准网格细分定位、客户需求挖掘、市场微分、竞争差异分析、SWOT 分析、营销对决策划、缜密渠道分销管理、落地实施等营销实战工具和方法；
- 4、本课程不仅教授给学员创新的营销理念和模式，更注重一线员工岗位绩效的实战应用，训后提供给学员 40 个简单、实用、高效的精准营销方法、手册、工具、模板；达到所学即所需，所学即所用的培训目标。

### 二、适合培训对象：

- 1、 京东片区经理
- 2、 京东片区营销主管

### 贰、培训目标

- 1、 创新营销思维：

- 
- 1.1、 知天时：洞察产业，抓住市场机遇，了解 4G 新生态下，电商区域市场发展竞争的新趋势、新格局、新竞争态势，以及客户的需求应用和服务模式；
  - 1.2、 晓地利：辖区网格化细分，网格营销定位；梳理网格优势与对手短板，因地制宜，开展一县（街道/镇/村）一策；一县（街道/镇/村）一品的营销策划，在网格市场中实现差异化营销，建立网格竞争优势；
  - 1.3、 析对手：通过对个人、家庭、集团、SMB（小微型结构和企业客户）四大市场的客观梳理分析，明确快递行业竞争态势，各大电商的整体竞争态势和竞争谋局；
  - 1.4、 定谋略：在对各大电商在网格市场中进入解剖的基础上，进行 SWOT 分析归纳，制定全胜的营销策略并推进实施；
- 2、学方法、磨利器：掌握《网格精准营销对决》的工具和方法，掌握二次销售及仓配一体化营销，熟悉快递行业。
- 3、快乐学习：培训过程结合针对年轻经理的学习特点，策划设计了多个团队游戏活动，让学员在娱乐中体悟创新思维、掌握创新方法；

#### **四．教学方式与要求：**

##### **1、培训特点：**

- 1-1、岗位实战情景提炼模拟；
- 1-2、团队互动交流分享
- 1-3、团队营销对决 PK
- 1-4、教练式培训辅导
- 1-5、游戏化学习过程

##### **2、培训要求：**

- 2.1、 培训人员限定在 40 人以内；
- 2.2、 场地要足够大，要求分组学习；要求安排 5-6 个小组团队活动的空间；

##### **3、培训必须设备：**

- 3.1、 投影仪、幕布、音响和音频输出线；
- 3.2、 白板、白纸/书写笔（数量尽量多）
- 3.3、 讲师胸麦、无线麦克 3-4 个；

---

## 五. 培训时间：

2.0天（14.0课时）

（包括讲授 + 方法模板演练应用 + 营销团队游戏 + 实战分享交流）

## 七、课程提纲

### 第一单元：4G 新生态下，区域市场营销创新与变革趋势

#### 破冰活动：

- 1、移动互联网时代的产业动态；
- 2、变革熵：快递物流行业变革与趋势
- 3、电商行业动态与市场分析
- 4、仓配一体化电商格局
- 5、思考：行业目前谁老大！
- 6、研讨：京东区域市场营销实战研讨分享：
  - 6-1、分享一个经典好案例
  - 6-2、提出一个最纠结的问题

### 第二单元：市场网格创新思路与实战落地工具

- 1、思维：网格化精准营销模式
  - 1.1、来源：
  - 1.2、方法
  - 1.3、最佳实践
- 2、网格精准营销方法核心：
  - 2-1、抢客户：客户细分，寻找最有效客户；
  - 2-2、占地盘：市场微分：勘探市场富矿带
  - 2-3、找短板：竞争差异分析：知己知彼，找准对手软肋
  - 2-4、定策略：SWOT 策略：网格营销策划，谋定而动、策略制胜
  - 2-5、推渠道：百渠流水，渠道高效运筹，决胜终端
  - 2-6、快乐营销：知识化模板化营销
- 3、营销对决游戏：《营销大闯关》（活动涉及个人技巧、团队合作、竞技决策等）

### 第三单元：创新营销工具之一：抢客户、占先机：《客户细分与需求挖掘模板》

- 
- 1、客户细分与客户需求挖掘梳理工具
    - 1.1、客户分类的拆分工具与方法
    - 1.2、客户细分归类的二维矩阵
    - 1.3、客户需求挖掘梳理的雷达图
    - 1.4、客户需求挖掘的三段分析法标定法
    - 1.5、客户需求梳理的五步流程
  - 2、客户细分对营销实战指导作用
    - 2.1、推算网格市场容量
    - 2.2、计算销售任务指标
    - 2.3、策划一份营销促销活动策划案
  - 3、实战案例分享
    - 3.1、案例 1：《顺丰快递淘宝村营销方案》
  - 4、课堂实战演练：
    - 4.1、电商区域市场客户细分与梳理
    - 4.2、如何利用现有京东资源二次销售？
  - 5、客户细分的方法、工具和参考资料
    - 5-1、通信类运营商客户细分方法
    - 5-2、数码类厂商客户细分标准
    - 5-3、服饰电商客户细分标准

#### **第四单元：创新营销工具之二：占地盘，跑马圈地：《市场九格微分作业法》**

- 1、什么是《市场九格微分作业法》
- 2、市场九格微分作业法的基本思路
- 3、市场九个微分作业法的构架流程
  - 3.1、市场九格微分作业法的构建步骤
  - 3.2、市场九格微分作业法要点
  - 3.3、数据准备与要领
- 4、市场九个微分作业法的实战应用
  - 4-1、案例 1：顺丰电商实战应用案例分享
  - 4-2、案例 2：顺丰网格实战应用案例分享

---

## 5、市场九格微分作业法对营销的指导价值与作用

- 5-1、精准细分辖区市场，实现市场微格化管理
- 5-2、梳理每个微格市场的特点、客户、竞争对手情况
- 5-3、建立精准化、模板化的营销对决策划模式
- 5-4、建立内外部营销沟通的标准和基础
- 5-5、辅导渠道营销的指导工具手册
- 5-6、精细化对销售经理过程管理、考核的基础工具

## 6、课堂演练：

- 6-1、以一个片区（乡镇、城区）为对象的实战案例演练

### 第五单元：创新营销工具之三：找短板，打软肋：《竞争对手差异分析模板》

- 1、 如何由拍脑门到知己知彼
- 2、 竞争对手差异分析的思路
- 3、 竞争对手分析要素
- 4、 竞争对手差异分析的模板与工具
- 5、 竞争对手分析的步骤与过程
- 6、 培养一个好习惯：建立竞争对手差异化分析的月历台帐
- 7、 跨界实战案例分享
  - 7-1、案例 1：通达系如何 PK 顺丰差异化分析
  - 7-2、案例 2：阿里、百世、顺丰、亚马逊物流+竞争差异分析
- 8、 课堂实战演练
  - 8-1、京东竞争对手（阿里、。。。。）的差异分析演练

### 第六单元：创新营销工具之四：定策略，运筹帷幄定胜乾坤：《SWOT分析与营销策略模板》

- 1、 如何由拼刺刀向运筹型营销转变；
  - 1.1、 一个小故事《为什么销售经理总是输给策划总监？》
  - 1.2、 转型：学会参谋图上作业推演：田忌赛马
- 2、 SWOT 分析方法与模板
  - 2-1、营销 SWOT 分析的基本思路
  - 2-2、营销 SWOT 分析的四个维度

- 
- 2-3、营销 SWOT 分析模板
  - 3、SWOT 要素组合与营销对决策策略制定
    - 3.1、 网络营销精准对决矩阵
    - 3.2、 四项核心对决策策略设计
    - 3.3、 一项管理短板弥补措施
  - 4、如何把营销对决策策略细化为落地实施行动方案
  - 5、营销策略落地拆解模板
    - 5-1、拆解三个步骤
    - 5.2、 拆解的五个环节
    - 5.3、 拆解的模板
  - 6、如何面向渠道推进营销方案的转换？
  - 7、课堂演练：

**第七单元：创新营销工具之五：纳百渠，终端为王：《渠道精准定向分销手册》**

- 1、实体渠道的基本理念与模式
- 2、渠道运作核心
  - 2.1、 网格定位：明确责任和价值，渠道综合绩效考核
  - 2.2、 化区而治，定向分销：按移动的网络营销策略定向营销；
- 3、实体渠道新伙伴的发展建设与招募
- 4、实体渠道运营管理的三个基本方案
  - 4-1、新渠道发展初期的扶植与助推政策
  - 4-2、老渠道的日常运营维系
  - 4-3、渠道店面营销与促销管理
- 5、渠道运营全景图
  - 5-1、渠道运营三级管理流程和关键作业节点
  - 5-2、渠道经理关键作业方法和技巧
- 6、渠道实战案例研讨：
- 7、市场网格三级营销活动策划
  - 7-1、店面营销策划
  - 7-2、店外营销策划

- 
- 7-3、网格营销策划
  - 8、网格集成营销对决落地
    - 8-1、推广-渠道-销售三维一体整合营销
    - 8-2、如何做乡镇市场整体推广
    - 8-3、如何开发销售话术与店面营销辅导
  - 9、渠道运营管理手册、工作模板参考
    - 9-1、渠道运营手册
    - 9-2、渠道经理工作流程
    - 9-3、渠道经理业务回顾手册
    - 9.4、 渠道经理渠道管理主要工具和模板
  - 10、移动渠道实战案例研讨分析
    - 10-1、如何保持渠道忠诚度？
    - 10.2、 如何提升渠道销售积极性
    - 10.3、 如何组织渠道开展营销战役？
  - 11、团队竞技激励活动