

《营销管理与创新-线上与线下结合》课程教学大纲

课程名称：《营销管理与创新-线上与线下结合》

课程性质：内训

教学时数：学时：1-2 天

培训学员：营销管理层

课程简介：

营销是企业的龙头，营销的业绩直接关系公司的繁荣发展，营销管理是一个重头戏，需要系统的专业知识和实操技能。营销管理涉及客户和市场开发、团队管理、产品线管理、运营效率等等。

社群是互联网时代传播的重要工具，但是众多企业建立了社群后没有达到预期的效果，线上线下如何结合？本课程为解决上述问题而设置。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习、现场互动以消化老师的课程内容。

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 40% 实战练习 20% 课堂互动 20%

重点案例 10% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与，采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，采取：提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答、让学员处在紧张、热烈、投入的状态中，老师讲授的观点简单实用，容易掌握、方便记忆，学员可以系统地学习“线上与线下结合”的理念、原则和方法，达到学完就用，而且用之有效。

喻国庆 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，历经各营销管理职位，有丰富的营销运营管理的实操经历、其中有十年的营销咨询师的积累，专注营销领域，其课程实战落地、理论系统。往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。

教学纲要：

第一章：目标客户开发及挖掘

1. 市场细分遵循的几个原则？
2. 市场调研数据的使用
3. 行业与区域市场形状
4. 如何精准确定我们的鱼塘
5. 寻找客户的方法有哪些

6. 客户分析的四个重点
7. 客户开发的十大误区
8. 寻找客户的十大方法
9. 如何让客户主动找我们
10. 案例：这张客户信息表的问题在哪里？
11. 工具：开户开发的十大思维

第二章：市场开发与样板客户打造

1. 市场运营中的点、线、面
2. 网点开发与管理
3. 市场竞争策略的四种类型
4. 盘点资源打好组合拳
5. 市场滞销的因素
6. 如何打造样板市场
7. 样板客户打造 8 大作用
8. 样板市场的六定法则
9. 案例：新市场的逆开发
10. 工具：市场决断的分析

第三章：优质客户打造

1. 客户满意度管理
2. 与客户的相处六大技巧
3. 渠道优化六原则
4. 管理客户的七种力量
5. 向客户的八大输出
6. 客户的激励方法
7. 高效率的厂商运营一体化
8. 传统客户向品牌运营商转变
9. 案例：顾问试营销
10. 工具：一张图表搞清客户的经营

第四章：新营销的创新与实操

1. 互联网时代 6P 向 6C 的转变
2. 什么是全网营销
3. 市场的消费升级
4. 营销变化的关联因素
 - 1) 商业模式的变迁
 - 2) 营销与资本的介入
 - 3) 营销工具的升级
 - 4) 消费者理念的更新
 - 5) 营销环境的三化：移动化、场景化、碎片化

6. 创新思维及在营销中的运用

1) 横向思维

2) 逆向思维

3) 非线性思维

4) 时空思维

5) 结构思维

6) 合分思维

7) 共赢思维

8) 复利思维

7. 案例：三个松鼠如何超越同行。

第五章：微信社群营销运用与操作

1. 消费文化与网红

2. 年轻人的消费习惯

3. 找出高消费高转化用户

1) 预约服务

2) 没有等待空间

3) 提升购物体验

4) 购物分享

4. 线上的客流导入线下企业

5. 线上产品价格设置

6. 线上线下成交的利润分配

7. 分级销售实现 0 库存

8. 转换率 VS 平效

9. 曝光率 VS 产品陈列

10. 客户体验感如何优化

11. 微信抖音带运营好不好

12. 传统企业社群营销怎么做

1) 设立广为专人管理

2) 建立社群矩阵

3) 知道怎么蹭热点

4) 制造“名人”效应

5) 打造专业 IP 形象

6) 理解粉丝需求

7) 增加线上营销的体验感

13. 社群营销的实操

1) 社群构成的 5 个要素

2) 建的社群为何无效

3) 社群的生命周期

4) 加群和建群的动机

5) 社群管理的方法

6) 粉丝经营的核心动作

7) 如何从粉丝到社群

8) 微信：暧昧经济情感营销

9) 案例：线上和线下结合的场景营销

10) 案例：O2O 的模式激活珠宝点

11) 案例：新零售如何销售高端产

第七章：传统行业如何做网红带货

格力-董明珠带货失败到成功的案例

一、格力如何完成 65 亿带货量

1. 多平台联合营销

2. 销售网点+销售员

3. 完善的分销体系

二、公域直播与头部主播

三、我们应该做的：私域直播+分销

1. 私域直播

2. 社群直播

3. 分销逻辑

