

《城市经理营销训练营》

课程名称：城市经理营销训练营

课程性质：企业内训/公开课

课程学员：城市经理/营销相关人员

授课时间：两天（12小时）

【课程收益】

- 市场营销的总体知识概览
- 市场整体运营与资源匹配
- 区域市场的规划与布局
- 渠道与客户的开发技能
- 企业品牌的传播与产品推广
- 不同市场的商业模式与策略
- 互联网时代新颖的管理运营理念、权威性的专业知识；
- 学员的短板补缺、现场答疑、学以致用；

注：-可根据企业方需求进一步调整内容

【授课方式及效果】

① 程时间分配：

理论讲解 30% 实战练习 20% 课堂互动 20%

重点案例 20% 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：理论讲解、提出问题—头脑风暴-老师专业讲解-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、团队研讨等形式，讲授的观点实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

【课程大纲】

第一章：市场调研与布局

一、市场分析的方法及工具

1. 定性预测
 - 1) 购买者意向调查法
 - 2) 销售人员综合意见法
 - 3) 专家意见法
 - 4) 市场式销法
 - 5) 市场因子推演法
2. 定量预测法
3. 利用互联网获取信息
4. 市场调研报告的撰写
5. 工具：数据分析工具应用
6. 工具：SWOT 分析使用
7. 工具：市场调研的“头头是道”

二、销量预测的方法

1. 区域与人口数
2. 人口流动去向
3. 去年同期

4. 竞争环境
5. 爆款产品
6. 市场投入
7. 工具：STP 市场分析

第二章：如何当好优秀的区域经理

一、区域经理的基本素质

1. 基本的商务礼仪
2. 见微知著的能力
3. 数据分析的能力
4. 慧眼识人的能力
5. 调动资源的能力
6. 方案形成的能力
7. 建立自信的方法
8. 案例：营销经理的烦恼
9. 工具：营销主管胜任力模型

二、区域经理的能力担当

1. 区域管理者的意义
2. 区域管理的角色定位
 - ✓ 企业对你的期待
 - ✓ 管理当好“区长”
 - ✓ 培训当好老师
3. 区域经理应有的态度
4. 做好区域管理工作 5 个基点

第三章：产品策划的概述

- 1、 产品策划的分析
 - 1) 客户群体分析
 - 2) 目标市场定位
 - 3) 消费群体定位
 - 4) 促销的产品策略
 - 5) 促销的价格策略
- 2、 产品策划的策划
- 3、 产品策划的组织
- 4、 产品策划的计划
- 5、 产品策划的预算
- 6、 产品策划的实施
- 7、 产品策划的管控
- 8、 产品策划的总结
- 9、 工具：SWOT 分析
- 10、 工具：什么是 SPIN 模式
- 11、 工具：多因素分析法
- 12、 工具：鱼刺骨分析法

第四章：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：客户价值 CLV 分析法

第五章：市场规划与营销策略

一、渠道的设计与选择

1. 渠道的主要功能有哪几种？
1. 渠道点、线、面的逻辑关系
2. 渠道开发的整体策略
3. 渠道数量与质量目标

二、渠道的开发

1. 招商模式
2. O2O 模式
3. 行业论坛模式
4. 技术研讨模式
5. 代操盘模式
6. 股权模式
7. 贴牌模式
8. 转介绍模式
9. 行业精英模式
10. 集团采购模式
11. 客户都不接招怎么办？

案例：苏泊尔的渠道转型与成长

三、商战中的常用手法

- 1 守正出奇法
- 2 正面进攻法
- 3 侧翼进攻法
- 4 涟漪运营法
- 5 样板客户法
- 6 重点突破法
- 7 市场分层法
- 8 爆品带动法

第六章：市场营销计划的方法

1. 市场营销计划制定的主要方法
2. 营销 4P、4C、4R 及其演绎
3. 如何盘点自身资源
4. 营销计划实现的管控方法
 - ✓ 结果导向的管控
 - ✓ 制度体系管控

- ✓ 信息管控
- ✓ 计划的异常管理
- 5. 复盘在计划管理中的运用
- 6. 复盘的四个作用
- 7. 制定计划的 smart 法则
- 8. 工具：5W2H 的运用
- 9. 案例：工作周报/月报的分析
- 10. 工具：复盘的使用方法

第七章：区域营销的运营与管理

壹、 营销市场布局的四个前提

- 1、 市场总结
- 2、 内部营销调研
- 3、 外部营销调研
- 4、 SWOT 分析

贰、 营销任务完成的六大策略组合

- 1、 品牌策略设计
- 2、 产品策略设计
- 3、 价格策略设计
- 4、 渠道策略设计
- 5、 促销策略设计

模板：基于人性的促销设计准则

工具：促销评估十大标准表

- 6、 传播策略设计

工具：低成本宣传的 N 种方式

- 7、 互联网条件下销售工具的运用

- 1、 视频营销
- 2、 微信自媒体运用
- 3、 社群营销运用
- 4、 APP 运用