

# 《管控营销体系构建与精准营销》

## 培训背景

营销是龙头，企业生产、库存、供应链、现金流、人员稳定等等都离不开一个关键的

问题：营销体系建设与精准营销。本课程涉及营销组织设计、营销计划、商业模式创

新、精准营销等形成一套完整的营销运营管理闭环。

## 培训大纲

### 第一章：营销体系建设

- 1 营销组织相关的部门职能
- 2 各部门的主要岗位设置
- 3 到底需要多少人
- 4 招不到人怎么办？
- 5 营销人员招聘技巧及能力考查
- 6 要高薪怎么办？
- 7 为什么要设立品牌岗位
- 8 客服部门主要就是跟单吗？

### 第二章：目标设定有效制定技能提升

#### 一、目标设定制定的四个前提

- 1、市场分析总结

- 2、 内部营销调研
- 3、 外部营销调研
- 4、 公司资源盘点
- 5、 营销目标设定与管理的常用工具

✓ SWOT 分析

✓ 制定目标的 smart 法则

✓ PDCD 循环法

✓ 复盘管理

## 二、 目标设定营销目标制定方法

- 1、 销售目标 Vs 营销目标
  - 2、 营销目标制定的四大原则
  - 3、 考核目标 VS 挑战目标

案例：如何才能超额完成营销目标？

  - 4、 制定营销目标需注意的三大误区

案例：可口可乐的目标制定方法

## 第三章：互联网时代的商业模式

1. 什么是商业模式
2. 商业模式的发展与变迁
3. 商业模式的特点
4. 商业模式相近概念解读

5. 成功商业模式的五大定律
6. 拆解客户的商业模式
7. 商业模式的关键因素
8. 商业模式的创新
9. 产品金字塔模式
10. 产品迭代模式
11. 行业标准模式
12. 解决方案模式
13. 配电盘模式
14. 客户细分模式
15. 工具：商业模式画布
16. 工具：样板市场与样板客户打造
17. 案例：小米商业模式的得失
18. 案例：华为从 B 端到 C 商业模式
19. 案例：雅昌从 C 端到 B 的商业模式
20. 案例：大数据社区的商业模式

#### **第四章：大数据时代的精准营销**

1. 客户身份数据
2. 洞察客户的喜好
3. 预测客户的购买倾向
4. 其他形式的数据库
5. 增加互动的技巧
6. 增加客户忠诚度的技巧
7. 互联网精准营销关键词
  - ✓ 粉丝思维
  - ✓ 转化率
  - ✓ 用户体验
  - ✓ 参与感
  - ✓ 曝光率

#### 第四章 客户的精准管理

1. 客户满意度管理
2. 客户关系的管理
3. 客户的分类管理
4. 客户顾问式营销
5. 客户投诉怎么办
6. 客户的相处六大技巧
7. 客户经理胜任力模型
  - ✓ 见微知著的能力
  - ✓ 数据分析的能力

✓ 慧眼识人的能力

✓ 调动资源的能力

✓ 写方案的能力

#### 8. 客户画像的智能终端

✓ 智能 POS

✓ 二维码

✓ LBS 定位

✓ 智能摄像头

✓ 定位 WIFI 数据输出

✓ 云储存与云计算

#### 9. 客户画像的方法

✓ 购买金额

✓ 购买频次

✓ 购买价位

✓ 购买习惯

✓ 年龄

✓ 性别

✓ 身份

#### 10. 客户画像后的 RFM 分析法

#### 11. 客户画像后常数据分析图表

#### 12. 建立客户连接点

#### 13. 线下-到店/周边：WIFI、智能 POS、二维码、停车场、

实体会员卡、优惠券、电子货币

14. 线上-互联网/移动互联网: 搜索引擎、电商平台、自有网站

微信、微博、App、短信

15. 客群分析：到站人数/到访频率/到访时长/过客分析

16. 线上引入线下活动：

✓ 团购、热门活动、限时折扣、兑换礼物

✓ 品牌互动、消费返利、主题促销 会员生日/纪念日营销

17. 客户漏斗形成聚焦：最终 APP 深度用户。

18. 通过微信与微博做营销平台，通过 APP 来做粘度。

19. 强化社交与体验，淡化硬性促销。

20. 案例：大众点评的精准推送方案

21. 线上线下的组合营销方案：

✓ 预热：APP、微信、

✓ 活动：拉人气、促交易、用户体验、用户服务

✓ 活动后：发布趣味数据、晒单、晒明星客户、晒好评与点赞

✓ 假设我们拥有 1 万深度用户，那么平均每个月他们需要来购物中心消费 1 千

元，那一年也就是 1 个亿