

# 《营销体系建设与团队打造》

## a) 课程教学大纲

**课程名称:**《营销体系建设与团队打造》

**课程性质:** 内训/公开课

**教学时数:** 学时 6-12 小时 (1-2 天)

**教学目的:** 销量不是从天上掉下来的，销量的增长一定是依靠企业完善的营销体系的建设，只有体系强大才能有稳定的销量增长，“东一榔头西一棒”，营销管理没有章法，必然会导致市场的不稳定、客户的流失、团队的流失，系统化的体系建设才能保证企业销量增长，也是企业基业长青的根本办法。

**教学要求:** 采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

**教学纲要:**

### **第一章：营销体系的重要性**

1. 企业管理中的十大乱象
2. 营销体系包括的内容及重要性
3. 企业战略发展的“四大死穴”
4. 优秀企业家的运营管理思维
5. 企业成功的黄金法则
6. 案例：从一个小印刷厂到产业集团的转型升级
7. 案例：王翦为何用心良苦
8. 案例：新三板的奇迹，从 3 千万到 56 亿

### **第二章：营销体系规划**

1. 企业的营销战略的制定

2. 制定营销战略的方法
3. 制定营销计划与预算中常见的误区
4. 如何制定营销预算
5. 当计划没有变化快，业绩完不成怎么办？
6. 如何准确的制定营销计划
7. 工具：一张报表看清营销能力、
8. 工具：企业发展战略的 ECIRM 模型
9. 案例：王总公司的营销费用为何总是超标
10. 案例：章贡酒业的战略突破

### **第三章 爆款产品打造体系**

1. 好产品的核心三点
2. 客户的痛点、痒点和兴奋点
3. 产品设计的“风、神、雅、韵”
4. 新产品的“包装”
5. 产品线的梳理的方法
  - 1) 品牌型产品
  - 2) 利润型产品
  - 3) 走量型产品
  - 4) 格斗型产品
6. 产品推广与消费者心智
7. 工具：销量利润矩阵
8. 工具：如何绘制产品战术
9. 案例：大疆无人机的推广
10. 案例：星企点软件的推广
11. 案例：如何建立品牌的信任

### **第四章：业绩增长体系**

1. 市场做大的攻略
2. 如何制定月度营销指导书
3. 劲牌产品如何从 25 亿增长到 100 亿

- 1) 厂商分离到营销分离
- 2) 营销团队的转型
- 3) 厂商一体化平台的建立
- 4) 劲牌营销增长的启示
4. 客户流失管控的方法
5. 如何开好月度营销会议
6. 销量增长的 10 大模式
7. 实现营销目标的五种方法
- 1) 结果导向
- 2) 轨道管控
- 3) 过程指导
- 4) 信息解读
- 5) 资源支持

## **第五章：营销团队的打造**

1. 如何招到操盘手或营销经理？
2. 招聘中经常出现的误区与解决办法
3. 超常规招人的路径与方法
4. 换人与离职的秘诀
- 1) 年度换人法
- 2) 旺季换人法
- 3) 新品换人法
- 4) 融资换人法
5. 营销铁军的组织再造
6. 九零后员工管理与激励方式
7. 八招提升员工满意度
8. 营销团队的整体效能如何提高
9. 为什么员工不思进取？
10. 案例：在“支、帮、促”中成长
11. 工具：1 问 20 答工具的使用

12.工具：现场面试四招

13.案例：企业中的组织部长