

《建筑业区域市场开发营销实战能力提升》

课程大纲：

一、十四五期间主要城市群区域特点分析

1. 华东地区：我国经济发展最快地区之一：简要分析
2. 华中地区：经济基础良好，增速波动幅度较大：简要分析
3. 华南地区：沿海开放的前沿粤港澳大湾区：简要分析
4. 西部地区：发展活力和潜力并存的成渝经济圈：简要分析

二、建筑业区域市场开发特点

1. 什么是建筑业区域市场营销
2. 建筑业区域市场营销的意义
3. 建筑业区域市场的划分
4. 建筑业区域市场选择三大维度
 - (1) 市场容量：具体的数据分析
 - (2) 竞争强度：数据分析
 - (3) 进入壁垒：壁垒的特点分析以及如何打破壁垒
5. 建筑业区域市场开发技巧（重点）

三、建筑业区域市场营销环境分析

1. 区域市场外围环境
2. 企业的营销资源
3. 区域市场竞争对手：央企，国企，地方大民企，外资企业，中小民企
4. 营销渠道伙伴：市场营销渠道分析

四、如何有效进入区域市场（重点）

1. 区域市场定位
2. 区域市场整体部署方略
 - (1) 组织架构层面
 - (2) 授权机制层面
 - (3) 管理体制层面
 - (4) 资源配置层面
3. 区域市场进入方式（重点展开）
4. 区域市场进入策略（重点展开）

五、标杆案例分析研讨：建筑业区域布局解析

1. 央企单位：中交某局的区域布局案例
2. 普通单位：某普通工程企业案例