

# 产品创新与新产品推广策略

## 课程背景:

公司每年花大力气参加的展会,为什么老客户在展位前只停留 5 分钟?为什么辛辛苦苦研发出来的新产品,销售额却很少?为什么我们研发的产品,到了市场上,客户总有很多意见?如何提高新产品开发的成功率?企业从市场上买来样品,照抄,这条路还走得通吗?如何从市场中提炼新产品?有哪些有效方法?

新产品研发出来之后,如何进行有效推广?如何让新产品尽快为公司增长效益?

如何在市场中,挖掘商机,找到企业增长的新的增长点?

## 课程收益:

- 企业产品创新的困境及形成的原因
- 掌握客户需求的管理方法,将客户的有效需求反馈到产品研发中去,形成竞争力
- 学习完之后,企业学会了这套产品创新的方法,避免走弯路,交学费.
- 学习完整产品的概念,掌握寻求产品创意的方法
- 学会完之后,在企业中会应用产品创新的流程,保证产品研发的质量
- 将客户纳入到产品创新的体系中,保证产品研发方向的正确性,提高成功概率.改变闭门造车的产品研发局面.
- 掌握新产品的市场推广方法
- 学会从市场中挖掘商机,找到企业新的增长点

## 学员对象:

企业董事长,总裁,总经理,副总经理,研发部经理,市场部经理,技术研发人员

## 授课方式:

讲师讲授+案例分析+角色扮演+情景模拟+实操演练

## 课程时间:

2 天, 6 小时/天

## 课程大纲

导引: 中国企业研发的现状

第一讲: 中国企业的研发之困

一. 企业的六大研发困境 案例分享

1. 模式
2. 管理
3. 技术
4. 职能
5. 人才
6. 个人英雄式

二. 产品现在的创新模式

1. 产品创新的 5 大模式

三. 市场营销的 4P

第二讲: 传统研发方式

三种研发方式

1. 老板 案例分享
2. 销售 案例分享

---

### 3.研发 案例分享

#### 一. 中国企业面临的挑战

#### 第三讲:优秀企业的创新之道

##### 1.国内企业的创新之道 案例分享

##### 2.国外企业的创新之道 案例分享

#### 第四讲:产品创新的方向

##### 1.产品创新的四个方向

##### 2.知名企业产品创新的案例分享

#### 第五讲:寻找产品创意的源泉--挖掘市场商机

##### 1.客户需求的调研 案例分享

##### 2.小组互动讨论

#### 第六讲：客户需求管理

##### 1.客户需求十问

##### 2.听的技巧

##### 3.真正理解客户意图

##### 4.客户需求收集的 12 种方法

##### 5.深入了解客户需求的方法

#### 第七讲:产品创新流程

##### 一. 完整产品的概念

##### 1.产品的三大部分

##### 2.完整产品的关键 2 个阶段

##### 3.市场人员与研发人员的分工合作

##### 4.完整产品的创意与概念测试

##### 5.市场部门在产品创新中的地位

##### 案例分享

##### 二, 产品创新的六个阶段

#### 第八讲:产品需求管理

##### 1.需求管理的 5 个阶段

##### 2.需求管理的工具

##### 3.案例分享

##### 4.全过程的客户需求的七个方面

##### 5.把握客户需求的关键二个方向

##### 案例分享

#### 第九讲:焦点小组

##### 1.焦点小组的概念

##### 2.焦点小组的作用

##### 3.焦点小组的工作方法

---

## 第十讲:产品创新与企业战略

- 1.低成本战略目前的困境
- 2.产品创新的价值
- 3.以市场和客户为导向的产品创新 案例分享

## 第十一讲：新产品的市场推广--推广策略

- 1.新产品的广而告知
- 2.渠道推动力与客户吸引力
- 3.业务人员的激励
- 4.新产品的后勤保障
- 5.做好新产品的升级换代策略

## 第十二讲:课程收尾

- 1.回顾课程
- 2.答疑解惑
- 3.合影道别