

# 《市场营销战略解码》课程大纲及讲师简介

## 【课程概述】

随着不断日益变化的大环境，市场竞争的激烈，想在行业成为领导者或占有一席之地，企业不仅在战略上要有敏锐的洞察力，高瞻远瞩，还要将营销战略解码到部门、团队，细化到每位员工。整个组织就像动车组一样，每节车厢目标一致，高速运行，又快又好地发展。

本课程通过四个单元内容，从思路、方法到落地执行的工具环环相扣，帮助学员认知营销战略解码的价值；掌握客户分类原则；系统学习 4S 生意管理思路：从共识目标 Success，现状回顾 Situation，确定原因 Source，到制定行动方案 Solution。学员能够掌握绩效差距分析的方法，结合所辖区域市场、客户情况，合理分配资源，挖掘生意增长机会，制定 smart 行动方案。

## 【课程收益】

- ❖ 认知业务计划的价值
- ❖ 掌握终端客户分类方法
- ❖ 掌握 4S 生意管理思路
- ❖ 熟悉 4W 原因分析法
- ❖ 能够将战略目标解码为合理的工作目标
- ❖ 熟悉结构性演讲的逻辑和要点
- ❖ 了解演讲的肢体语言、语音语调语速、问答互动等技巧

## 【课程特色】

- ❖ 工具化强，容易掌握和运用
- ❖ 群策群力、头脑风暴、小组讨论等多种教学手段，有助于强化学习效果
- ❖ 实战案例丰富，理论结合实践，实用性强

## 【适合人群】

销售大区经理、销售经理、一线销售代表、商务经理、市场部人员和 SFE、数据分析等岗位。

## 【课程纲要】

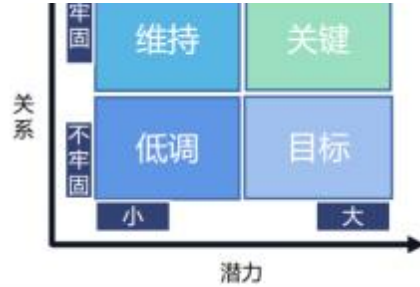
第一单元 业务计划的价值

- ❖ 业务计划的概念
- ❖ 业务计划的核心是市场策略
- ❖ 做业务计划的目的
- ❖ 课程目标

## 第二单元 终端客户分类

- ◇ 定性分类：关系/潜力  
关系级别如何判断？

潜力如何分级？



- ◇ 定量分类：  
定量标准包括哪些内容？  
如何按照定量标准进行客户分类？

### 学习活动

小组讨论：根据案例信息，选择案例中客户的分类

## 第三单元 4S 战略解码——共识目标 Success



- ◇ 三层级目标：组织目标、流程目标、工作目标
- ◇ 市场营销策略（产品覆盖率、客户覆盖率、信息触达率、开口率等）
- ◇ 定量目标（完成率、增长率、客户数、准入率等）
- ◇ 定性目标 每个 DSM 都有不一样的定性指标。降低成本，提高效率
- ◇ 团队管理目标

### 学习活动

群策群力：根据公司、产品、市场、团队等情况，有哪些定量和定性指标？

#### 第四单元 4S 战略解码——现状回顾 Situation

- ❖ 区域整体概况(医院数、A级B级客户数、市场份额、产品准入率等)
- ❖ 销售额、贡献率(按团队或城市?)
- ❖ 各产品完成情况、贡献率
- ❖ 学术会议/市场活动回顾(主题、目的、场次、覆盖人数、到会率、评估及客户反馈等)
- ❖ 团队管理情况(数量、规模、配合度、贡献率等)
- ❖ 主要竞争厂家情况(厂家、产品信息、近期市场活动、推广方式、团队人数、客户覆盖率、市场份额等)
- ❖ 重点客户情况(数量、拜访频率、收集信息、传递信息、邀请会议/活动等)

#### 第五单元 4S 战略解码——确定原因 Source

- ❖ 差距产生的原因 SWOT 分析
- ❖ 4W 原因分析法
- ❖ 找准关键成功因素

##### 学习活动

小组讨论：各组将 SWOT 和 4W 原因分析法，应用在组内一个案例中，找出关键成功因素

#### 第六单元 4S 战略解码——行动方案 Solution

- ❖ 制定区域销售策略：
- ❖ 区域平衡性
- ❖ 销售增长点
- ❖ 攻、守、挖战略，还是守、攻、挖战略？
- ❖ 如何设计指标分配比例？
- ❖ 行动计划及执行表
- ❖ 资源匹配
- ❖ 跟进计划

##### 学习活动

个人填写：《行动方案计划书》《关键客户信息表》