

剧院营销创新与会员精细化管理

主讲：胡金华

课程目的

在创新营销发展的指导下实现大剧院整合营销的模式。

课程对象：

企业中、高层管理者、企业基层管理者

课程时长：

1天 pm9:00—12:00 pm14:00-17:00

课程大纲：

一、我国大剧院的机会与挑战

- 1、文化消费的兴起带给大剧院的机会
- 2、国内大剧院的经营现状
- 3、剧院营销的重要性

二、剧院品牌提升的三大策略

- 1、品牌策略
- 2、精品策略
- 3、原创策略

三、高端客户的开发

- 1、哪些是高端客户？
- 2、怎么寻找高端客户？

3、高端客户业务怎么洽谈？

4、有高端客户资源，该怎么做？

四、会员的开发与维护管理

1、会员的定位开发模式

2、会员的增值服务

3、以服务代替营销

五、转变票务的定价思路

1、传统定价策略

2、如果制定出更吸引人的票价

3、政府禁奢令的限制下，回归市场理性，营销转型势在必行

备注：本课程将根据企业实际培训需求予以适当调整，形成唯一的解决方案。