

《企业营销策划与突围》

主讲：徐良柱

课程收益：

- 1.了解市场策划与推广理论与要素；掌握企业营销策划关键技巧和方法；
- 2.学会市场策划步骤和营销流程；学会企业市场推广的步骤与方法。
- 3.提升企业营销策划人员的策划能力，开拓学员的策划与推广思维，学会创新营销策划，学会营销策划方案的撰写
- 4.提升企业营销策划人员的网络营销策划与推广的能力，学会用微信提升企业的推广能力，增加用户量。

课程时间：

1-2 天

授课对象：

企业营销人员、策划人员、销售与策划、相关从事企业销售工作的人员

课程大纲：

开篇案例：蒙牛神话---牛根生的策划方案

第一篇 营销策划准备篇

一、中小型企业营销困境亟需好的营销策划

- 1.产品
- 2.价格
- 3.渠道
- 4.促销
- 5.网络
- 6.企业营销单一模式需要改变
- 7.消费习惯改变，实体企业惨淡经营
- 8.价格战让互联网经济成为趋势
- 9.网上企业的长尾运营，吸引消费者

二、策划与市场推广不神秘

- 1.什么是营销策划与市场推广
- 2.营销策划的核心是什么
- 3.企业营销策划的四大要素
- 4.事件营销对企业的影响

案例：一元旅游的 APP 市场与销售策划的联想

三、企业市场推广人员应该具备的素质

- 1.营销人员具备的基本素质

- 2.营销人员具备的良好心态
- 3.营销策划人员需要掌握的课题库
- 4.营销策划与推广人员需要有团队精神

互动：分小组练习策划团队和统一性

四、怎样成功进行企业营销策划与推广

- 1.拟定营销策略的四个步骤
- 2.怎样进行全方位的营销策划与推广
- 3.策划与推广的误区与神话
- 4.企业营销策划需要注意事项

案例：走近体验式营销企业

第二篇：营销策划与突围方法实施篇

五、企业营销策划前的调研与计划实施

- 1.顾客从我们手里买走的是什么
- 2.企业营销策划与推广的调研整合战术
- 3.销售计划的制定与考虑因素
- 4.在策划上对顾客进行战略思考
- 5.优质服务的4个方面

六、市场营销组合策划的方法与思维模式

- 1.企业市场 STP 战略策划
- 2.组合策略的 4P 与 4C 的思考
- 3.企业/销售策划人员目标市场进入策略
 - 1) 无差别策略
 - 2) 差别策略
 - 3) 集中策略
- 4.组合策划的营销案例分享
 - 1) 雕牌起家的策划
 - 2) 恒大冰泉的借势营销
 - 3) 当当网在移动互联网里的策划
 - 4) 事件营销带来的视觉冲击

七、企业营销策划与市场推广的操作程序

- 1.策划前期的准备阶段
- 2.寻找创意与策划阶段
 - 1) 界定问题，确定目标
 - 2) 信息收集与分析

3) 创意构思与提炼

4) 营销策划方案撰写

5) 方案的选择与提案

3. 方案实施与调整阶段

1) 营销策划方案的实施

2) 营销策划方案的控制

4. 营销策划与推广的各类市场分析工具

案例：swot 分析法的运用；3C 分析法；鱼骨图分析法

九、企业营销策划推广策略

1. 整合营销和异业联盟

2. 优势资源互补优缺

3. 品牌策划需要好的名字

4. 竞争者策划需要尖刀产品

5. 广告策划独树一帜

6. 体验营销重在互动与参与

十、善借外力，创新市场推广思路

1. 竞争壁垒=不断创新+ 优质服务+ CRM

2. 媒体、活动策划的主要形式和如何高效利用各种媒体活动

新闻报道、记者专访、信息交流会、宴会、座谈会、赞助公益事业、
庆典、慰问、制造事件等。

3. 什么是创新？营销创新价值几何？

案例：诺基亚公司的生命力

4. 发散思维重点在于自己的积极和主动

1) 营销靠主动，主动靠创新

案例：摩托罗拉公司在中国的起死回生

2) 主动发现热点，处处皆营销

案例：救生锤的致富之路

3) 推式营销+拉式营销

发散思维，营销的成功在于自己

作业：想出你可以营销推广的方法和种类

5.营销创新的思路

十一、企业微信公众平台营销策划与推广方案

1.为什么选择微信营销

- 1) 微信和微信公众号现状及未来趋势
- 2) 微信讯息强大的优势带来的边际效益

2.微信营销的几种主流方式

- 1) OtoO 模式
- 2) 线上模式
- 3) 线下模式
- 4) 自媒体的运用
- 5) 微信会员圈
- 6) 人工客服

3.微信营销与推广的常犯误区

- 1) 商业模式不清晰
- 2) 广告的骚扰，让人无精打采
- 3) 仍处于传统的营销思路
- 4) 合理的推送时间很重要

4.成功案例分享—微酒店生活模式