

营销战略升级与模式创新

【课程背景】

- 美国每年倒闭的企业约 10 万家，而中国有 100 万家：市场环境到底发生了怎样的变化
- 过度的市场细分已经使得企业无处可去
- 人人学会市场细分便无市场可分，人人学会定位便无位置可定
- 营销的竞争是一门学问，更是一门艺术，“创新”和“变化”始终是其核心灵魂。

【课程收益】

- 1、重新发现营销的本质和成功的秘诀
- 2、认知营销战略与企业发展的关键
- 3、提升洞察市场的能力和清晰市场定位
- 4、掌握营销的策略和模式创新
- 5、提升企业盈利水平与盈利模式创新
- 6、学习销售系统建设的六步分析法

【课程对象】 营销负责人、中层骨干

【课程时间】 2天（每天6小时）

【课程大纲】

一、正确认知营销的本质

- 1、由满足需求到创造价值
- 2、顾客价值体现在哪里？
- 3、推销、销售、营销的区别
- 4、营销核心利益驱动突破
- 5、人性营销背后的营销实质分析

本章节重点：

营销思维的转变与认知学习

通过本节课促使学员转化营销认知、提高营销思维、掌握新营销的核心关键点。

二、企业营销战略认知与发展现状分析

- 1、唐僧西天取经看企业营销战略启示
- 2、传统制造业的集中化与竞争现状分析
- 3、企业营销战略调整与变革的要素有哪些？
- 4、企业顶层设计的三大系统
- 5、企业营销战略到底是什么？
 - A、战略是罗盘
 - B、战略是地图
 - C、战略是道理

本章节重点：

通过本节课让学员了解

- 1、 营销战略思维学习
- 2、掌握顶层设计的三大系统模式
- 3、企业营销战略调整与变革的关键

三、营销战略梳理之竞争策略分析

1、竞争标杆的选择与管理

2、市场竞争的 SWOT 分析

3、竞争策略的制定五步曲

A、识别市场的竞争程度（红蓝海）

B、识别自己企业的角色（领导者、跟随者、挑战者、差异化者）

C、识别自己的专长与对手的弱点

D、选择适合的竞争战术

E、选择适合的竞争策略

本章节重点：

通过本节课让学员了解

1、 竞争标杆的选择技巧与策略

2、 SWOT 工具的导入与体制

3、 竞争策略的五部曲制定分析

作业：课堂制作并分析自身企业的 SWOT 分析及竞争策略

四、营销战略升级之盈利模式创新

1、分析公司产品的市场吸引力与竞争力

2、企业价值链构建的高利润环节设计

3、企业在销售“产品”还是“服务”

4、盈利模式设计的步骤与通道能力

A、隐性需求的挖掘 B、收入模式的变革

C、成本革命性降低 D、设定高竞争门槛

E、价值链重新构建 F、解决可复制问题

5、如何区分供求与供已关系营销

案例：红光特种化工

6、总体市场状况分析

(A)、企业目标客户群描述

A、收入水平 B、文化特征

C、消费档次 D、消费类型

(B)、企业品牌形象定位

A、价值切入 B、风格嫁接

(C)、市场营销产品线定位

A、市场产品定位 B、利润产品定位

C、服务产品定位 D、未来产品定位

本章节重点：

通过本节课让学员了解

1、企业创新盈利模式的设计思路

2、企业产品、品牌、客群定位分析技巧

课后作业：如何突破企业的盈利模式

五、企业营销战略升级之销售体系创新

1、销售体系建设六步分析法

A、行业分析 B、竞争分析

C、个性化需求分析 D、定制化方案分析

E、服务支持能力分析 F、客户规划分析

2、产品体系建设的创新模式

A 伸产品功能，拓展新市场

B 加产品功能，延展新市场

C、嫁接产品功能，创造新市场

D、由卖产品到卖整体解决方案

E、营销战略升级之服务创新

A)整合服务，创造顾客价值

B)提升服务，增加顾客体验

C)删减服务，升级顾客感观

D)由免费服务变为收费服务

本章节重点：

通过本节课让学员了解

1、运用销售体系建设六步分析法

2、掌握产品体系创新的模式技巧

课后作业：动手制作符合自身企业销售全流程表