

营销策略与模式创新

【你是否带有这些困惑】

- 1、 市场视野局限，理念落后，销售模式陈旧，营销策略方向与思路不清？
- 2、 一线业绩增长乏力，销售量与利润逐年降低，发展后劲不足。
- 3、 关键客户的要求逐渐提高，商务条款苛刻，关系营销难以应对；
- 4、 市场维护方式局限，陷入两难境地，减服务无法维持，加服务入不敷出。
- 5、 营销体系的引导力不够，产研销协同失效，缺少细分市场与创新的思路。
- 6、 营销队伍的职业化程度低，机制失灵+管理乏力并难以快速复制；

【学习目的】

- 通过学习营销策略升级与模式创新，了解人性的七大本质核心。根据市场营销需求的产生与发展的规律，运用创新营销模式与策略应对市场的变化，快速提高市场占有率、品牌度、转化率等最终目的，从而真正实现企业盈利目标的快速提升。

- 本期课程从人性思维、经营变革和模式创新、销售体系建设四个主要方面，简要分析当下市场运营和模式创新中的误区与核心要点。通过竞争模式的分析与盈利模式的创新，结合销售六步分析法的执行落地，快速实现企业盈利目标根本目的。

【课程收益】

- 1、重新构建营销思维与人性营销技巧
- 2、发掘行业发展模式与经营变革规律
- 3、梳理营销策略与竞争模式的关系
- 4、提升企业获利方式与盈利模式
- 5、学习销售系统建设的六步分析法

【课程对象】 营销负责人、中高层骨干

【课程时间】 2天（每天6小时）

【课程大纲】

第一讲 思维篇：思路决定财路

一、营销市场做不大的核心原因——思路同质化

1、盈利市场核心竞争力的思维

- 1)、现在的生意为什么越来越难做？

2)、企业经营管理变革与突破

A、创新管理思维分析

B、创新经营思维分析

2、差异化营销认知与设计技巧

A、市场营销 1.0\2.0\3.0 发展历程解析

B、从人性的七个本质分析看当下营销创新

C、差异化营销的 4C 原理剖析企业是如何赚钱的

- ◆ 客户 (Customer)---客户需要什么
- ◆ 成本 (Cost) ---客户愿意支付多少
- ◆ 便利 (Convenience) ---如何快速让客户买到
- ◆ 沟通 (Communication) ---客户如何知道他需要

D、推销、销售、营销的区别与联系

E、人性营销由满足需求到创造价值背后的实质

第二讲 变革篇：营销模式管理与变革分析

1、行业发展与变革分析

A、萌芽期变革与发展规律

B、发展期变革与发展规律

C、井喷期变革与发展规律

D、调期期变革与发展规律

2、营销模式发展历程与分析

- A、方法---价格、赠品、合作技巧
- B、策略---诱导、截留、免费技巧
- C、模式---互联网、直销、连锁意识
- D、框架---公域、私域流量
- E、系统 ---引流、变现、裂变策略

第三讲 竞争篇：营销策略梳理之竞争分析

1、营销市场竞争策略的四大策略

- A、市场领导者策略
- B、市场挑战者策略
- C、市场跟随者策略
- D、拾遗补缺者策略

2、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

3、市场竞争的 SWOT 分析

第四讲 盈利篇：营销策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、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)、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

第五讲 体系篇：营销策略升级之销售体系梳理

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

- 整合服务，创造顾客价值
- 提升服务，增加顾客体验
- 删减服务，升级顾客感观
- 由免费服务变为收费服务