

《竞争导向下的市场推广与策划技能提升训练营》

讲师：崔自三

破冰游戏：分组：队长、队名、口号、队歌
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

引子：

故事：你需要一把剪刀？
有何启发？

第一部分：市场推广与策划认知及六大功能

壹、认识市场推广与策划

- 1、什么是市场推广？
- 2、什么是策划？
- 3、为什么要做市场推广与策划？
案例分析：市场策划，为销量增长“加点料”

贰、市场推广与策划的“前世今生”

- 1、市场推广的渊源
市场推广发展演绎与历史
- 2、营销策划演绎
案例分析：那曾经的策划经典

参、市场推广与策划的六大功能

- 1、区别竞争队友
- 2、弥补市场短板
- 3、制造舆论与低成本营销
- 4、树立与提升品牌形象
- 5、拉升销量的翘板
- 6、基于客户的“守正出奇”
系列案例：市场推广与策划，业绩提升的“临门一脚”

第二部分：市场推广与策划步骤及技能提升

一、市场推广与策划第一步：市场分析——市场策划的“敲门砖”

- 1、品牌力分析
- 2、产品分析
- 3、价格分析
- 4、渠道分析
- 5、促销分析
- 6、占有率分析

……

案例分析：某企业通过市场策划，出奇制胜

二、市场推广与策划第二步：营销组合策略制定

1、产品策略策划

- 1) 产品定位，走差异化路线
- 2) 产品的三个层次
- 3) 如何挖掘产品差异化？

工具：产品组合模型

案例分析：产品策划，需要脑洞大开

2、价格策略策划

- 1) 制定价格要参考的要素
- 2) 市场策划可倒推法设计价格政策
- 3) 价格策划技巧

案例分析：涨价，涨出一片蓝海

3、渠道策略策划

- 1) 品牌与渠道定位
- 2) 提升销售业绩的市场渠道推广方向
- 3) 全渠道化

案例分析：某品牌的 34 种销售渠道

4、促销策略策划

- 1) 促销设计的 5W2H 原则
- 2) 低成本促销推广的策略
- 3) 实战促销策划的八大技巧

案例分析：实战市场策划促销活动详解

5、服务策略策划

- 1) 服务策划的意义
- 2) 构建服务体系：全员营销、全员服务
- 3) 服务策划的“嫁接模式”

案例分析：某知名品牌的 服务策划赢取市场，远离恶性竞争

6、客户关系管理策划

- 1) 建立数据库营销
- 2) 通过数据看乾坤：客户分类管理——A、B、C 分类
- 3) 不同客户的管理策略
- 4) 客情关系打造技巧

案例分析：客户维护，建立客户+朋友的关系

三、市场推广与策划第三步：市场推广方案的制定

- 1、明确市场推广的目的
- 2、确定活动推广的对象
- 3、明确活动推广的策略
- 4、明确活动推广的方式
- 5、明确活动推广的时间和地点
- 6、活动推广的准备工作
 - 1) 人员准备
 - 2) 物料准备
- 7、明确活动推广的细节

- 1) 活动前期
- 2) 活动中期
- 3) 活动后期

案例分析：某企业完整的市场策划方案详解

四、市场推广与策划第四步：市场推广策划方案的执行

1、市场推广活动

- 1) 事前培训
- 2) 事中监控
- 3) 强化执行力

案例解析：某企业市场策划为何关键时刻掉链子？

2、市场推广常用的八大招式

- 1) 体育营销
- 2) 社区营销
- 3) 绿色营销
- 4) 短信营销
- 5) 邮件营销
- 6) 互联网营销
- 7) 体验营销
- 8) 植入式营销
- 9) 微博营销

系列案例分析：市场策划，是个技术活

3、市场推广实战策略

- 1) 市场推广要推拉结合
- 2) 找准渠道，系统推进，确保有效性
- 3) 促销宣传营造热销氛围
- 4) 统筹安排，分类推广，创新思维，不断突破
- 5) 建立示范市场，复制推广成功模式
- 6) 强化关注执行力要素

案例分析：某企业市场推广活动全案解析

五、市场推广与策划第五步：效果总结评估与考核

1、活动评估的七项内容

- 1) 目标完成情况如何？
- 2) 相关人员的工作达到要求没有？
- 3) 人员之间的配合是否默契？
- 4) 物料的配置是否到位，是否起到了理想的效果？
- 5) 物料的发放是否按促销前的要求来发放？
- 6) 这次活动哪些地方做得好，以后继续发扬？
- 7) 哪些地方做的不足，在以后的工作中如何避免。

案例分析：如何做策划活动后的总结？

2、三种市场策划活动效果分析工具

- 1) 曼陀罗分析法
- 2) 鱼骨刺图分析
- 3) 促销效果评估表

案例分析：市场策划评估，学会用工具来衡量

