

# 《产品营销企划技能提升训练营》

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：**

从一组数据看企业基业长青之道  
有何启发？

## 第一部分：产品营销企划思维与新产品上市

一、产品营销企划必备思维

- 1、拆墙：《你需要一把剪刀》
- 2、跨界：产品创新，这些你想不到
- 3、整合：产品三境界  
系列案例：无边界思维，让产品创新更吸引人

二、新产品上市前的准备工作：市场定位

- 1、了解产品核心元素
- 2、了解市场核心原素
- 3、市场定位的概念
- 4、市场定位的基本步骤
- 5、产品定位的策略  
案例：某企业产品定位成功一炮走红  
案例：某食品企业产品定位失败一蹶不振

三、新产品上市前的准备工作：市场进入方式

- 1、根据产品在市场中的形象目标不同，可分为高位型和低位型
- 2、根据产品进入市场时的宣传推广方式不同，可分为造势型和渐进型
- 3、根据产品在品牌延续关系上的不同，市场进入方式可分为创牌型、传牌型和改牌型
- 4、依据产品进入市场时的直接促销对象的不同，可分为拉动型和推进型。

附：业绩增长：产品组合模型分析

案例：某企业新产品进入打造新的市场空间

四、新产品上市推广方案的有效制定

- 1、新品推广目的
- 2、新品推广主题
- 3、新品推广时间与地点
- 4、新品推广内容：
  - 1) 产品推广方式
  - 2) 价格制定方式
  - 3) 重点推广渠道

#### 4) 促销推广技巧

.....

- 1、新品推广活动阶段
- 2、新品推广营销组织搭建及人员分工
- 3、推广费用预算

## 第二部分：产品营销企划：新产品市场推广技能提升

### 一、认识市场推广

- 1、什么是市场推广？
- 2、市场推广的分类
  - 1) 产品推广
  - 2) 市场推广
- 3、市场推广的要素
  - 1) 推力
  - 2) 拉力

案例：某企业通过市场推广，销售快速增长

### 二、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：某企业是如何策划社区推广活动的

### 三、市场推广方案的执行

- 1、市场推广活动
  - 1) 事前培训
  - 2) 事中监控
  - 3) 强化执行力
- 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

### 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

### 4、互联网营销活动策划

1) 关注新零售

2) 新零售三通模式

3) 线上活动策划技巧

4) 线上活动策划注意事项

案例：青岛沃隆食品借助互联网飞速发展

## 四、市场推广活动策划第四步：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。

### 2、两种重要的活动效果分析工具

1) 曼陀罗分析法

2) 鱼骨刺图分析

案例：某企业的促销方案效果评估表