

《营销突破与渠道创新》

主讲：崔自三

团建：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：

小故事，大营销
有何启发？

第一部分：营销突破与渠道创新所应秉持的六大思维理念

一、拆墙思维

- 1、打破以“自我”为主的固有观念
销售 VS 营销
案例：疫情下，某方便面企业的突飞猛进
- 2、不要“自我设限”
故事：《你需要一把剪刀》
守常必败，知变则胜
案例：泰国正大食品是如何运用拆墙思维的？

二、差异化思维

- 1、蓝海战略 VS 红海战略
- 2、避开恶性竞争的秘诀——与众不同
- 3、“两差两高”营销模式解析
系列案例：快消品，找到差异化，避开同质化

三、多维解思维

- 1、摒弃线性思维：目标有一个，方法却有很多种
- 2、多维思考：尝试更多的途径或方法
案例：某食品品牌的 27 种销量增长途径

四、跨界整合思维

- 1、互联网下的跨界营销
- 2、资源整合，借力打力
案例讨论：某快消品品牌的联合营销

五、逆向式思维

- 1、不走常规路：逆向——新的方向
- 2、反向思考，另一种选择，有时会柳暗花明
案例：二郎寿司
案例：疫情下，思念食品如何实现逆势飞扬？

六、共享式思维

- 1、共创、共享、共有
- 2、共享思维，让企业插上腾飞的翅膀

把客户做成“员工”：案例：乔·吉拉德

把员工做成“客户”：案例：榄菊集团

第二部分：后疫情时代下的渠道创新策略分析

一、传统营销（渠道）模式面临的挑战

1、社区团购、生鲜电商、直播带货改变消费习惯，实体店客流减少，整体营业额下滑

案例：世纪联华与电网平台合作 京东的线上线下一体化

2、价格矛盾及冲突，电商价格低于传统及现代渠道

3、送货上门服务对于 cvs (ConvenienceStore) 实体店打击较深

案例：铭家便利店：便利店+社区团购

4、疫情闭店影响，传统渠道不畅

案例：从上海疫情管控看传统营销模式的失效

5、经营成本（租金、人工等）拖累，传统营销陷入迷局

案例：小门店，大营销；智能化（自助收银）

二、新形势下渠道创新的五大趋势分析

1、扁平化趋势分析

2、横向联合（第三方化）趋势分析

3、纵向伙伴化趋势分析

4、无限多元化趋势分析

5、终端超级化趋势分析

系列案例：渠道创新，纵横捭阖

三、新形势下渠道创新的六“大”策略分析

1、“大”产品策略分析

2、“大”市场策略分析

3、“大”客户策略分析

4、“大”营销策略分析

5、“大”渠道策略分析

6、“大”促销策略分析

案例：某快消品拓展业绩提升策略

案例：某食品企业的大渠道策略

第三部分：营销模式及其手段创新运用及分析

一、重构营销模式及手段创新三大导向

1、从卖方市场到买方市场

2、Z世代下的顾客导向

3、互联网+下的新媒介导向

案例：某食品品牌抓住新生代，做大新市场

二、十大营销模式及手段创新分析

1、反向营销模式及其运用分析

2、概念营销模式及其运用分析

3、感官营销模式及其运用分析

- 4、会议营销模式及其运用分析
- 5、联合营销模式及其运用分析
- 6、免费营销模式及其运用分析
- 7、嫁接营销模式及其运用分析
- 8、全方位营销模式及其运用分析
- 9、社交营销模式及其运用分析
- 10、体验营销模式及其运用分析

系列案例：集成营销，决胜于市场

三、新形势下营销突破及渠道创新所应秉承的市场站位与态度

- 1、勇于改变——守常必败，知变则胜
- 2、主动顺应趋势，化危为机，化机为绩
- 3、逆势飞扬，活起来，强起来，大起来

案例：以昂扬的姿态，迎接市场新前景