

---

# 《欢乐游》大客户营销沙盘 简要说明

## 目录

适应人群

市场定位

设计原理

产品功能

产品效果

产品内容

产品组成



---

## 一、产品适应人群：

适用于各类企业项目管理及营销人员；适用于大学生的就业培训。

## 二、产品市场定位：

各类企业的营销内训、创业园区的基础培训、院校就业指导培训  
人事外包公司的市场营销人员及项目管理人员培训。

## 三、产品设计原理：

着重展示一个项目是怎样运作的，从进行市场定位，如何根据市场地位进行营销活动。

用沙盘和道具模拟，以一家旅游公司为背景，围绕着“五一”小长假，针对市场定位并设计实施一套旅游项目产品，作为沙盘演练的全过程。

## 四、产品功能：

- (一) 提升学员的团队合作能力
- (二) 加强学员的分析能力
- (三) 展现学员的沟通表达能力
- (四) 使学员发挥出创新能力
- (五) 锻炼学员的组织协调能力
- (六) 考察学员对突发事件的应变能力

## 五、产品效果：

互动式教学，学员主动参与积极沟通，课题气氛热烈，分享中学

---

习，奋斗中博弈。

## 六、产品内容：

### （一）故事背景

在一个富足的北方城市，正值四月春暖花开的季节，有着春的明媚如花，夏的热情似火，这是个千金难求的旅游旺季，再加上“五一”小长假将近，正是出游好时节，人们也早已开始搜集各种旅游线路，选择旅行社预定出游计划，趁此机会欣赏浓浓春日美景。

经市场调研，市场客户分为团体客户和散户两大类

- 1、散户：2大群体（中年人、青年人）
- 2、团体：6家不同性质、不同需求的公司

（附：订单信息）

要求：湖南省长沙、湘西、张家界3景区内景点

时间：3天（不含往返时间）

市场参考价：4800元/3天

### （二）产品主要任务

在这场“欢乐游”的沙盘模拟中，在座的30名同学要分别担任6家旅行社的区域经理、市场专员、产品专员、销售专员、行政专员的职位，在激烈的市场竞争中，大家要在有限的时间内，完成以下主要任务：

- 
- 1.完成团队组建；
  - 2.召开经营会；
  - 3.预定酒店、机票等；
  - 4.设计旅游线路；
  - 5.制定营销方案；
  - 6.制定销售计划；
  - 7.安排游客成行前各项事宜；
  - 8.团队总结。

### （三）课程大纲：

#### 1、市场分析

- (1) 市场营销的宏观环境和微观环境
- (2) 搜集市场信息的方法和分析工具、
- (3) 客户群定位
- (3) 销售环境分析、评估并选择市场机会

#### 2、营销决策策略

- (1) 市场定位策略
- (2) 定价策略与价格竞争
- (3) 产品开发策略
- (4) 根据市场定位及产品制定宣传语

#### 3、团队组成与管理

- (1) 优秀营销人士的素质与习惯

---

(2) 产品的特色设计

(3) 团队对实际情况的应变能力

#### 4、客户户关系管理

(1) 建立以客户为中心的营销理念

(2) 建立数据化的营销管理体系

(3) 制定以客户为中心的宣传语

### 七、产品组成：

(一) 硬件部分：

营销沙盘盘面、沙盘道具

(二) 软件部分：

1、支持学员沙盘运作的信息资料、沙盘规则、经营过程数据录入及报表生成等；

2、支持师资教学的数据采集及数据库、课程所用工具模板、各种统计表格、PPT 讲演稿等。

(三) 沙盘环境要求：

1、场 地：可容纳 30~50 人的教室一间。

2、授课设备：投影仪、幕布、音响、麦克、翻页笔、写字板及笔、大白纸 2~3 张。

3、必备文具：计算器、铅笔、彩色笔、橡皮、A4 纸等。

5、授课时间：12 课时，或 2 天。

# 欢乐游盘面



景区编号：C01  
**湖南省第一师范青年毛泽东纪念馆**

60元/人



1.5  
小时

青年毛泽东光辉业绩的专题研究性纪念馆。其环境幽雅，建筑独特，史料丰富；文化内涵深刻，具有珍贵的纪念意义。

景区编号：X01  
**凤凰古城**

150元/人



4  
小时

国家历史文化名城、曾被新西兰著名作家路易·艾黎称赞为中国最美丽的小城。

景区编号: Z08

## 天门山景区



山形峻秀，云雾争奇，典型的丹霞地貌。景区因峰多矮红色的石柱称“奇”，还有“天门下凡”、“忘忧泉”、“桃花洞”等20多处绝好佳景，汇集成宛若仙界的景观群落。

景区编号: Z11

## 大峡谷玻璃桥



张家界大峡谷玻璃桥名为“云飞渡”，其主跨430米，桥面宽6米，桥面距谷底相对高度约300米。这座全透明玻璃桥长度和高度居世界第一。

## 客户画像部分描述

### A公司员工60人

这家从事软件开发和硬件的高科技企业拥有各类中高技术人才，本科学历者占员工总数的80%。为吸引和留住人才，公司定期安排员工旅游。由于去过很多地方，一般的旅游景点已经不能吸引员工们的兴趣，他们希望能去一些有奇特风光和神秘色彩的地方。

#### 接洽人：人事行政总监（女/35岁）

该负责人性格开朗，喜欢交友，喜欢有新意、有创意的新鲜事物，爱浪漫，生活注重品质，为人处事也格外注重细节。

### B公司员工90人

这家药业集团公司员工大部分是中青年，平时工作比较忙，公司领导想通过旅游感谢各位员工辛勤的付出和努力的工作，丰富员工的文化生活，完善公司福利。通过旅游活动，促进员工相互了解，加强团队的凝聚力，提升团队的协作能力。

#### 接洽人：工会主席（男/38岁）

该负责人性格内敛，做事有条不紊，考虑事情细腻周到，善于精打细算。他思维缜密，有独立见解，乐于探究事物本质，不轻信表面形式。

### D公司 员工120人

这家国有背景的公司,员工年龄偏大,四五十岁的人居多。公司计划对员工开展一次实施的“红色教育”,重温老一辈无产阶级革命家的艰苦奋斗精神,传承革命精神。在征求意见中,员工们一致希望开展“革命摇篮,伟人故里”的美景观鸟游览,同时也实现当地其他特色农事,以缓解工作压力。

**接洽人:人事处处长(男/42岁)**

该负责人性格沉稳。对于旅游线路,他关注高品质及景点配套设施,也会注重线路的教育意义和景点导游的讲解。

### C公司 员工110人

这是一家保险公司,参加此次旅游活动的是公司各区域中层管理人员,他们以中青年人为主,其中一部分有高等学历,另一部分是从总行提拔的全职销售。公司为了培养这些中青年干部责任心,借此机会让大家休闲放松,感受大自然之美,另一目的则是交流业务和带团队的经验,交流分享的主题是儒家文化理念与保险营销团队建设研究。

**接洽人:人力资源总监(女/32岁)**

该负责人是海归,富有亲和力,做事计划性和执行力强。此次旅游她关注的不仅是出游品质,还打算在时间安排员工到研学学习,提高他们的思想意识和业务能力。