

《城市运营中心的经营管理能力提升》课程教学大纲

课程名称：《城市运营中心的经营管理能力提升》

课程性质：内训

教学时长：一天

课程收益：城市运营中心做大做强主要的方法就是进行新市场的开发和对利基市场的维护，新市场的开发困难重重，多种因素重叠，艰难而复杂，需要专家根据行业及企业产品的特点设置专业的课程，来解决市场开发的问题。根据市场的状况和公司资源制定不同的市场策略、掌握样板市场和样板客户打造的方法，以及城市运营中心业绩提升的方法。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：

第一章：做好自己的市场的布局

一、城市运营的总体思路

1. 做好区域市场规划与布局
2. 自己在市场的定位
3. 竞争市场分析
4. 客户分需求分析
5. 市场分析的方法及工具
6. 销量预测管理
7. 做好计划和资源调配

二、提升经营思路

1. 注意资本在市场的作用
2. 互联网新经济的特点
3. 拓宽融资的渠道与方法
4. 整合资源的跨越发展
5. 平台化与员工的自我管理
6. 产品线的管理与利润增长
7. 品牌打造与附加值
8. 样本市场与区域扩张

第二章：城市运营中心团队建设与管理

壹、 破解城市运营中心招人难的困局

1. 人才对于城市运营中心的重要性
2. 错误的招人方法
 - ✓ 突击性招人
 - ✓ 季节性找人
3. 怎么才能招来人
4. 如何招的合适的同路人
5. 城市运营中心团队急需的三种人
6. 招来的人如何发挥作用
7. 如何洽谈薪酬
8. 留人的几种方法

9. 90后00后员工怎么管
10. 家族化企业公司化治理

二、优秀团队的打造

1. 团队建设打造优秀员工
 2. 团队建设遇到的困惑
 3. 什么是团队精神
 4. 高效团队八种基本角色
 5. 培养团队精神的四大关键
 6. 培养积极的观念
 7. 感恩的心态
 8. 有一颗包容的心
 9. 职业生涯规划
- 控制规模与发展速度
1. 管好公司的人、财、物
 2. 建立必要的管理红线
 3. 库存周转率与资金周转率
 4. 现金为王的意识

第三章：新产品推广策划的方法

- 1、产品策划的分析
 - 1) 客户群体分析
 - 2) 竞争品牌分析
 - 3) 目标市场定位
 - 4) 客户群体定位
 - 5) 促销的产品策略
 - 6) 促销的价格策略
- 2、产品推广策划的策划
- 3、产品推广策划的组织
- 4、产品推广策划的计划
- 5、产品推广策划的预算
- 6、产品推广策划的实施
- 7、产品推广策划的管控
- 8、产品推广策划的总结
- 9、工具：SWOT分析

第四章：企业的品牌营销

1. 品牌与经营的关系
2. 商圈与商圈的设定
3. 企业品牌经营策略
4. 品牌定位与组合
5. 企业品牌定价策略
6. 企业品牌促销策略

7. 直播带货与品牌推广

8. 社群营销与品牌传播