

《快消品的促销与动销》课程教学大纲

课程名称：《快消品的促销与动销》

课程性质：营销团队、营销管理

教学时长：1-2 天，建议两天

培训学员：市区经理/经销商

这次课为什么要请喻老师来讲

1. 15 年营销操盘的经验
2. 咨询师的高度与理论修养
3. 实战经验丰富、现场随问随答
4. 可口可乐公司从业背景、持续关注可口可乐数字化营销
5. 部分快消品培训受好评案例
 - 1) 劲酒渠道变革咨询项目负责人 25 亿到 100 亿的成功案例
 - 2) 华中科技大学深圳研究院《茶叶营销操盘手》
 - 3) 华中科技大学深圳研究院《新零售十化》
 - 4) 安徽阜阳快消品经销商培训
 - 5) 深圳稼贾福粮油的《区域市场布局与业绩增长》培训收到好评
 - 6) 广东皇上皇集团(快销品)新零售的创新思维的培训受到好评
 - 7) 青岛啤酒城市经理能力提升
 - 8) 伊利冰淇淋全渠道的开拓
 - 9) 吉林中兴粮油（出口转内销）KA 与社区团购培训受到好评

教学纲要：

第壹章、 终端促销活动的概述

- 1、 终端促销活动的分析
 - 1) 客户群体分析
 - 2) 竞争品牌分析
 - 3) 目标市场定位
 - 4) 消费群体定位
 - 5) 促销的产品策略
 - 6) 促销的价格策略
- 2、 终端促销活动的策划
- 3、 终端促销活动的组织
- 4、 终端促销活动的计划
- 5、 终端促销活动的预算
- 6、 终端促销活动的实施

- 7、 终端促销活动的管控
- 8、 终端促销活动的总结
- 9、 工具：SWOT 分析
- 10、 工具：多因素分析法
- 11、 工具：鱼刺骨分析法

第二章：如何撰写终端促销活动策划书

1. 终端活动策划创意的方法
2. 文案与标题党
3. 文案创作的基本原则
4. 终端促销活动的由头
5. 抖音、快手短视频的运用
6. 什么是影视语言
7. 什么是视觉营销
8. 视觉营销的误区
9. 图片的视觉冲击力
10. 视觉布局
11. 视觉体验点
 - 1) 投射效应
 - 2) 平衡
 - 3) 通感
 - 4) 熟识效应
 - 5) 右脑优势
 - 6) 最简原则

案例：锡克法则

案例：标题党运用及效果

第三章：终端促销活动的操作

1. 终端促销活动的准备阶段
 - 1) 终端促销活动策略选择
 - 2) 制定终端促销活动策划的 5 大步骤

- 3) 销售阶段与终端促销活动组合决策
 2. 终端促销活动过程管理
 - 1) 终端促销活动的时机
 - 2) 常见的终端促销活动方式
 - 3) 终端促销活动的整合传播策略制定
 - 4) 终端促销活动实施管理流程图
 2. 终端促销活动的执行
 - 1) 终端促销活动实施的节点
 - 2) 终端促销活动前准备
 - 3) 活动人员组织图
 - 4) 终端促销活动现场规划的重点
 - 5) 活动现场热度控制
 - 6) 终端促销活动危机处
 - 4、终端促销活动的后续总结
 - 1) 终端促销活动评估的指标
 - 2) 终端促销活动的后续传播
 - 3) 活动效果评估报告撰写
- 工具：策划活动的连环套法则
- 案例：快消品策划的一石六鸟

第四章：终端促销活动的运营管理

一、终端促销客户引流的方法

1. 客户都到哪里去了
2. 营销的变化：移动化、碎片化、场景化
3. 人联网-天网/地网/人网的形成；
4. 契合新生代的消费习惯
5. 精准推送方案
6. 场景化的终端分析
7. 终端促销氛围营造十法
8. 找出高消费高转化用户
9. 提升购物体验
10. 购物分享

11. 复购率 VS 活动规模
12. 曝光率 VS 终端陈列
13. 客户体验感如何优化

二、社群微营销在终端促销中的运用

1. 会员大数据体系下的营销
2. 微信营销：暧昧经济情感营销
3. 消费文化与网红
4. 终端促销与社群营销
5. 社群营销的兴起
 - 1) 社群构成的 5 个要素
 - 2) 建的社群为何无效
 - 3) 加群和建群的动机
 - 4) 社群管理的方法
 - 5) 粉丝经营的核心动作
 - 6) 如何从粉丝到社群
6. 案例：线上和线下结合的场景营销

第五章：新零售与终端动销

一、新零售与业绩提升

1. 新营销：定向铺市、定点引爆、一地一策、流量共享
 2. 三度空间+三位一体：线上+线下+社群；认知+交易+关系
 3. 深度分销到深度粉销
 4. 新零售是对传统终端的革新
 - ✓ 吸引更流量
 - ✓ 提高转化率
 - ✓ 利用新技术
 5. 新零售对卖场网点的重购
 - ✓ “人”的重构：引流的方法
 - ✓ “货”的重构：旺销产品合理库存、利用新技术
 - ✓ “场”的重构：购物体验感、便捷性
- 3、
- 社区团购操作关注的三点：
- ✓ 供应链：商品供给流率、浮动毛利率
 - ✓ 团长：能力、流失率、成长性
 - ✓ 履约：成本、效率、时效

4、社区团购的案例

- ✓ 同城生活
- ✓ 十荟团
- ✓ 美宜佳选

二、终端网点动销十大法则

1. 价格法则
2. 生动法则
3. 关爱法则
4. 佳配法则
5. 流量法则
6. 跟随法则

。 。 。 。

三、快消品销量提升案例

1. 案例：三个松鼠如何超越同行
2. 案例：劲牌 25 亿到 120 亿的渠道变革，对渠道商和零售商进行改造，打造厂商一体化区域市场格局，带来销量的高速增长（喻老师操作的咨询项目）
3. 案例：五粮液邛酒新零售+O2O+涟漪活动策划
从 300 万到 5000 万的区域业绩增长
4. 案例：青岛啤酒的城市经理业绩提升
5. 案例：可口可乐数字化营销
6. 案例：深圳稼贾福食品的市场布局
7. 案例：伊利冰淇淋的全渠道开拓
8. 案例：中兴粮油的社区团购
9. 案例：煌上煌的终端突围
10. 案例：从“小罐茶”营销模式看新产品推广的“组合拳”
11. 案例：从航天专用产品到“高考押题奶”蒙牛的借势营销
12. 案例：伊利爱儿俱乐部打造强粘性的忠诚客户