

## 《快消品的市场分析与整体运营》课程教学大纲

课程名称：《快消品的市场分析与整体运营》

课程性质：营销团队、营销管理

教学时长：两天

培训学员：营销人员

**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) 深圳稼贾福公司的《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：**

**第一部分：中国快消品市场的趋势分析**

1. 中国经济增长快消品趋于乐观，
  1. 价格趋于稳定，稳中有升
  2. 产品健康化、推广传播娱乐化
  3. 生鲜网络平台、网红直播等新渠道兴起
  4. 新品主攻健康、时尚和高端，
  5. 借势奥运会冬运会玩转体育营销，
  6. 回归初心做好产品和品牌
  7. 加码线上，注重线上与线下相融合，
  8. 社区团购方兴未艾
  9. 银发消费蕴藏无限潜力，
  10. 中低线城市成为增长引擎，
  11. 数字化和精细化提升价值。
  12. 进口快消品的出现商机，

**第二部分：市场调研与布局**

**一、头部企业及竞品分析**

1. 竞争对手的选择
2. 竞争对手数据分析
3. 竞争对手的渠道策略分析
4. 竞争对手产品策略分析

5. 竞争对手营销策略分析
6. 竞争对手价格策略分析
7. 促销与动销分析
8. 客户关系分析
9. 团队战力分析
10. 投入产出分析
11. 案例：张经理的“手抄布局地图”
12. 案例研讨：接收一个区域如何画好作战地图

## 二、销量预测的方法

1. 行业增长率
1. 区域与人口数
2. 人口流动去向
3. 去年同期
4. 竞争环境
5. 爆款产品
6. 市场投入

## 第三部分：时间管理与任务执行

### 一、任务完成，应该做什么？

- 1、达成目标依靠平时打好基础  
做到四勤：脚勤、手勤、口勤、脑勤
- 2、月初认真准备
  - √争取合理的销售任务
  - √把任务分解到具体的工作计划中
  - √确保资源到位
  - √工作必须突出重点
- 3、月中紧抓过程管理

### 二、抓住促使营销目标达成的三个关键点

1. 提前备
2. 中间分
3. 月底压

### 三、如何对营销目标进行有效的跟踪检查？

- 1、跟踪检查的目的是什么？
  - √激励——做正确的事
  - √控制——要注意纠偏
  - √ 溯源——找到不达标的原因
- 2、跟踪检查要遵循哪些标准？
- 3、建立跟踪检查制度要注意哪些要点？  
案例研讨：任务量是如何分解的

## 第四部分：客户沟通与管理

1. 客户相处的6项技巧
1. 向客户的8大输出

2. 一张报表看清客户的经营
3. 关注客户盈利
4. 客户的分类与分层管理
5. 管理的“支、帮、促”
6. 客户的参与感
7. 客户的口碑传播
8. 客户的样板效应
9. 获得客户：挖掘潜在客户
10. 留住客户：维护现有客户
11. 激活客户：激活休眠客户

#### **第五部分：收集信息提高决策能力**

##### **一、避免信息管理的误区**

- 1 误区一：堆无用的信息垃圾
- 2 误区二：虎头蛇尾没有坚持
- 3 误区三：员工变“表哥哥、表妹”
- 4 误区四：缺乏考核奖励机制
- 5 误区五：团队没有战术研讨习惯
- 6 误区六：信息转化能力差
- 7 误区七：信息数字的“陷阱”
- 8 误区八：一味追求大而全不适用

##### **二、决策常见的方法与能力**

- 1 确定决策目标
- 2 着重考虑找重大问题
- 3 提出创造性的备选方案
- 4 多个冲突的目标中如何取舍
- 5 资源能力匹配分析
- 6 认真考虑风险的承担能力
- 7 权衡利弊的方法
- 8 对自己的决策负责
- 9 构建一张结果表
- 10 决策如何得到支持

案例：猎场中的企业情报战

#### **第六部分：构建营销创新思维**

##### **一、新的思维推动营销增长**

1. 什么是全网营销
1. 新零售的解读

## 2. 创新思维及在营销中的运用

- ✓ 横向思维
- ✓ 逆向思维
- ✓ 非线性思维
- ✓ 时空思维
- ✓ 结构思维
- ✓ 合分思维
- ✓ 共赢思维
- ✓ 复利思维

## 二、快消类产品创新性营销方法及运用

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