

《快消品的终端动销与营销策划》课程教学大纲

课程名称：《快消品的终端动销与营销策划》

课程性质：营销团队

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：终端新零售的策划与运营

一、人、货、场重构

1. 门店人、货、场的重新构建
2. 增强门店体验感的方法
3. 获得客户：挖掘潜在客户
4. 留住客户：维护现有客户
5. 激活客户：激活休眠客户
6. 扩大客户：转介绍
7. 客户分析的四个重点
 - ✓ 客户购买模式
 - ✓ 客户购买类型
 - ✓ 客户购买决策
 - ✓ 影响客户购买的因素
8. 视频案例：储教授谈消费体验

二、新零售操作

7. 客户画像的智能终端
 - ✓ 智能POS
 - ✓ 二维码
 - ✓ LBS定位
 - ✓ 智能摄像头

- ✓ 定位 WIFI 数据输出
- ✓ 云储存与云计算
- 8. 客户画像的方法
 - ✓ 购买金额
 - ✓ 购买频次
 - ✓ 购买价位
 - ✓ 购买习惯
 - ✓ 年龄
 - ✓ 性别
 - ✓ 身份
- 9. 客户画像后的 RFM 分析法
- 10. 客户画像后常数据分析图表
- 11. 建立客户连接点
- 12. 线下-到店/周边：WIFI、智能 POS、二维码、停车场、实体会员卡、优惠券、电子货币
- 13. 线上-互联网/移动互联网：搜索引擎、电商平台、自有网站
微信、微博、App、短信
- 14. 客群分析：到站人数/到访频率/到访时长/过客分析
- 15. 线上引入线下活动：
 - ✓ 团购、热门活动、限时折扣、兑换礼物
 - ✓ 品牌互动、消费返利、主题促销 会员生日/纪念日营销
- 16. 客户漏斗形成聚焦：最终 APP 深度用户。
- 17. 通过微信与微博做营销平台，通过 APP 来做粘度。
- 18. 强化社交与体验，淡化硬性促销。
- 19. 案例：大众点评的精准推送方案
- 20. 线上线下的组合营销方案：
 - ✓ 预热：APP、微信、
 - ✓ 活动：拉人气、促交易、用户体验、用户服务
 - ✓ 活动后：发布趣味数据、晒单、晒明星客户、晒好评与点赞
 - ✓ 假设我们拥有 1 万深度用户，那么平均每个月他们需要来购物中心消费 1 千元，那一年也就是 1 个亿

三、抖音与直播带货

1. 新营销岗位设置的变化
2. 新生代消费者的特点
 - ✓ 时尚潮流大于产品功效
 - ✓ 吃瓜围观大于硬性广告
3. 抖音时代营销的特征
 - ✓ 网红与直播带货
 - ✓ 先“火”后“销”
 - ✓ 先“红”后“价”
 - ✓ 抖音后台运作的“算法”：高频带高频

- ✓ 广域流量与私域流量的获得
- 4. 企业如何获得免费流量
- 5. 企业直播就是带货吗？

第二部分：终端动销-销量发发发

一、终端动销常见的方法

1. 常见的营销活动方式

- ✓ 商品折价让利
- ✓ 赠品销售
- ✓ 凭证优惠
- ✓ 集赞购买
- ✓ 品牌互动
- ✓ 免费试用
- ✓ 抽奖销售
- ✓ 竞技活动
- ✓ 公关赞助
- ✓ 会员俱乐部
- ✓ 限量特供
- ✓ 点赞转发
- ✓ 服务举措
- ✓ 老客户回馈
- ✓ 商品概念炒作
- ✓ 情感营销

二、快消类营销策划案例解析

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：五粮液邯酒新零售+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