

《农业服务创新赢得市场竞争的方法》课程教学大纲

课程名称：《农业服务创新赢得市场竞争的方法》

课程性质：内训

培训对象：管理人员/服务商

教学时长：一天

【课程收益】 企业营销每到达一个阶段后就会产生新的瓶颈，增长乏力，很抓执行力也见效甚微，主要是一些惯性的思维方式禁锢了我们的创新思维。切不可用“业务的勤奋掩盖了思想的懒惰”。没有自我创新就会被颠覆和超越。在全球经济一体化的今天，国有、随着新基建、新能源、工业互联网、大数据、云计算科技的到来，创新与改革迫在眉睫。本课程借鉴了国有企业、民营企业创新的案例，借鉴行业外的经营经验，用创新的思维引领市场，创造价值，用创新为企业带来效益，对每个学员有非常好的启示作用。。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习，现场互动以消化课程的课程内容。

确保效果的培训方式

1 程时间分配：

理论讲解 40% 课堂互动 40%

重点案例 10% 工具使用 10%

② 整个培训包括案例分析、现场解答、影视片段等形式，让学员处在紧张、热烈、投入的状态中，老师讲授的观点简单实用，容易掌握、方便记忆，学员可以系统地学习创性的理念、原则和方法，达到学完就用，而且用之有效。

喻国庆 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，又有十年的营销咨询师的积累，专注营销创新领域，其课程既实战落地又有理论高度。

教学纲要

第一章：服务的价值与认识

一、服务的理念

1. 优质服务概论
2. 提升客户满意度
3. 主动服务抢占市场先机

4. 换位思考提升企业绩效
5. 服务整合市场资源
6. 服务-产业链的升级
7. 服务有型化
8. 劲酒案例：产业链的主导者：25 亿到 120 亿的腾飞
9. 案例：米其林拓展汽车后市场服务
 - ✓ 米其林餐厅
10. 故宫的服务化转型
 - ✓ 票务收入到文创产品服务
 - ✓ 传统文化到时尚轻奢文化

式、 售后服务到客户整体运营服务

1. 服务的分类和特征
2. 服务的四个层次
3. 案例：IBM 的服务化转型
 - ✓ 提供系统化的解决方案
 - ✓ 服务占比超过 70%
 - ✓ 服务产品化
4. 案例：国家电网的转型
 - ✓ 战略重新定位：能源互联网企业
 - ✓ 新能源充电桩
 - ✓ 智慧园区建设
 - ✓ 营业厅服务变一网通办

三、海尔服务化转型解读

1. 没有成功的企业只有时代的企业
2. 前向一体化企业：产品为中心的企业
3. 后向一体化企业：品牌与服务为中心的企业
4. 制造服务业模式的运营
 - ✓ 以品牌号召力和渠道力量保持竞争优势；
 - ✓ 实现对市场的快速反应；
 - ✓ 发挥营销模式的竞争力，提升顾客的产品体验；
5. 海尔淡化其单纯生产型的企业形象，多元服务
6. 加大力度投入到上下游产业链之中；

四、卡特彼勒：以产品+服务为思路，建立服务分销网络

1. 全球最大工程机械商的服务转型
2. 定制化的客户需求订单
3. 定期维护和保养
4. 定期的专业化培训
5. 融资与租赁服务
6. 并购与整合

第二章：提高服务意识

一、创新服务与海底捞

1. 什么是创新服务
2. 海底捞的“变态”服务
3. 海底捞的“家、麻、权”

4. 家文化-员工以店为家
5. 对待对方如家人
6. 麻-将精神-团队协作
7. 牌掉地立刻有人帮助捡起来
8. 权-授权带动了员工服务创新
9. 授权提高了员工的满意度
10. 创新-场景化的服务

二、创新服务与胖东来

1. 好的商品是标配，好的服务是高配
2. 商超中多出的硬件服务设备
3. 服务传统温暖、传递真心
4. 服务的行业科学家
5. 服务极致-服务的差异化
6. 服务的细节体现

第三章：农资服务转型的主要变革

1. 关注区域市场变化
2. 资料提供商转型为经营顾问
3. 对方的经营能力考察
4. 管理的人财物责权利
5. 对方的经营指标-业务即财务
6. 县社合作商的组织及人力资源
7. 家族化企业公司化治理
8. 新型的营销-直播带货
9. 工作的计划与管控
10. 对方需求的深度挖掘
11. 数字化在信息管理中的运用