

工程承包公司营销管理与实操

课程大纲

1. 课程目标：

课程结束后，学员将能够：

- ✓ 了解国内工程承包企业的经营现状和基本特点
- ✓ 学习和掌握工程承包企业进行承包营销工作的主要特点
- ✓ 了解营销管理操作过程的前期准备
- ✓ 认识营销管理的一般流程和风险控制
- ✓ 学习和掌握项目营销谈判过程中的文件架构
- ✓ 认识营销管理过程中的痛点和难点
- ✓ 认识学习和掌握营销管理过程中的资源储备与分析
- ✓ 掌握项目开发过程中标准操作和风险管理
- ✓ 掌握在实际操作过程中国内工程承包企业的分类与营销模式选择
- ✓ 了解基本营销管理的策划与分析
- ✓ 学习和掌握营销管理的人员组织架构与能力提升
- ✓ 分析与判断工程承包企业营销与销售管理的区别
- ✓ 认知工程承包企业营销人员的基本能力素质模型
- ✓ 掌握工程营销人员必备的能力模型
- ✓ 应用公司架构中营销管理的基本体系和制度建设
- ✓ 理解和认识宏观经济环境中的一般市机会寻找
- ✓ 判断与应用市场信息渠道建设的必要性
- ✓ 应用和分析市场开发过程中的代理选择与分析
- ✓ 分析与应用项目信息筛选的四项基本原则
- ✓ 实践开发过程中的五大过程组与应用

2. 授课形式：

传统授课方式占 1/3 时间，学员沟通与交流 1/3 时间，问题分析与解答 1/3 时间，总时间为 6 个小时。

3. 学员组成

总人数为 40 人，要求至少有三年工程公司工作经验，至少有一年的公司营销经验。

4. 组织形式：

会场人员进行分组，每组按照 6-8 人设置，课桌按照梅花式摆放。

5. 课程大纲：

第一章：背景知识补充

- 基本内容介绍
- 国内外经济建设因素分析
- 工程承包环境现状
- 工程公司未来营销发展思路与建设

第二章：营销风险分析判断

- 风险因素分许
 - 难点
 - 痛点
 - 困惑点
- 一般操作模式介绍
 - 体系建设与现实工作结合
 - 元素分析与储备
 - 操作流程的规范化与标准化
- 项目开发的基本流程思路
 - 五大过程组
 - 开发的基本流程与过程要点分析与解决
 - 流程体系评审与分析解决

第三章：营销工作策略制定与实施

- 市场选择

- 项目选择
- 工作计划制定
- 工作计划实施
- 营销团队架构与分析
- 人员组成与分工
- 营销策略的验证与调整
- 竞争对手的分析与判断
- 一般性的 SWOT 分析

第四章：项目信息渠道建设

- 基本渠道分类
- 分渠道介绍项目信息不同属性
- 项目信息渠道的共有特点
- 专用渠道的特性
- 一般代理的人选择
- 代理人工作的重点分析
- 代理人不足特点判断与培养处理

第五章：项目信息筛选

- 项目信息筛选的基本流程
- 项目筛选的基本过程分析
- 筛选的四要素分析介绍
- 核心要素的流程化管理

第六章：营销人员管理建设与能力提升

- 营销人员的基本能力与素质模型
- 实践过程中的营销人员快速能力提升
- 营销人员的能力培养与分析
- 营销人员的管理与建设

第七章：工程公司层面营销管理

- 营销战略

- 营销组织机构
- 营销管理与制度建设
- 营销人员选拔与培养
- 营销流程建设
- 公司资源整合与配合
- 营销发展的未来趋势与新技术应用

第八章：结束

- 课程总结
- 学员答疑
- 结束