

《中下企业逆势营销解码》

主讲人：“逆势营销”模型创始人——万新立

【学习背景】：在当今疫情下的市场中，广大中小企业要想获得持续性的胜出，必须依靠创新性、突破性的竞争方式而不能仅仅靠单一手段来获得市场。但往往由于企业行业竞争加剧，模式雷同，其结果是很多企业处于经营的瓶颈，自身增长乏力。为解决当下中小企业的经营困境，大幅度提升企业的利润。本课程针对中小企业营销创新的竞争要素，剖析旨在让企业走出“勤劳不赚钱，努力不发展”的困境！使企业抓住关键处，轻松获得高额且持久的利润，不论中小企业在任何阶段皆能起到执行落地，立竿见影的效果，从而迅速提升企业效益，达成公司的战略目标。

【学习收获】：**一、解决产品推广难，销售差，让其卖的多、卖的好，卖出高价；**

二、解决企业品牌疲弱，美誉度知名度低下，让品牌快速突显；

三、解决企业赚钱能力弱，利润单一且底下，让赚钱不再困难；

四、解决企业势单力薄，，让相关利益者抱团取暖，强强联合；

【学习时长】：**1天**

【适合对象】：**董事长、股东、总裁、总经理、执行副总、运营总监等高管**

【课程大纲】

一、前言：营销成败的终极测试法则

A、强势营销的逻辑；

B、弱势营销的逻辑；

C、当下中小企业现状的最大问题。。。

二、逆势营销的基本说明

A、逆势营销同强势营销的逻辑差异；

B、逆势营销的原则；

C、逆势营销的三层境界；

三、逆势营销之产品力——你应该卖给客户什么？

A、产品力的核心要素之卖点；

a、有关产品的“三点”说明； b、成为卖点的三个标准；

案例：武汉佳禾时代服饰的独特产品卖点；

c、产品卖点打造之五大步骤；

B、构建产品力四个关键；

关键一：精准定位目标客户

工具：目标客户要素分析表

关键二：寻找客户价值“三点”

工具：客户价值曲线分析图

关键三：塑造爆款+金品；

工具：产品组合之象限分布图；

经典案例：深圳永和快餐大王产品力；

关键四：提炼产品卖点；

A、卖点提炼“重点、难点、关键点”说明；

B、经典案例：王品牛排、旺顺阁鱼头泡饼；

四、逆势营销之整合力——你是“单打独斗”还是“抱团取暖”？

A、整合力之要素：共赢思维；

案例:渠道整合价值典范——连通布友从 50 到 5000 个加盟商的裂变；

B、整合力方法之交易模型：

a、什么是交易模型？

b、交易重构的四个视角

c、交易重构的十个构造块；

d、交易模型设计四大步骤；

案例：深圳五谷芳餐饮集团的完美利益交易构建

六、逆势营销之赚钱力——怎样让你不再赚“辛苦钱”？

A、企业赚钱的三个境界；

a、案例分享：靠铺如何“别开生面”的赚钱；

b、企业赚钱的关键点；

C、盈利模式的定义；

D、盈利模式设计三大步骤；

F、盈利模式的四大工具；

a、利润来源类别象限图；

b、赚钱方式类别表；

c、企业盈利定位分布图；

d、企业三层盈利链；

e、案例分享：新疆康隆利润的“乾坤大挪移”成就霸业；

八、总结