

《金三角餐饮互联网营销策划创新实务》

【培训课时】	2天/12课时		【培训师】	孙老师
【培训对象】	餐饮 中高层 管理人员、营销人员、企划人员			
【培训特点】	融顾问式、教练式于一体；“讲授+方法+工具+实务”结合： 案例剖析+角色扮演+情景模拟+小组PK+答疑分享+音乐视频+故事游戏+室内拓展			
【五“非”优势】	系统专业：十多年餐饮经营管理经验总结与积累，非行业外“空降兵”。 品质高端：多年总裁班培训经验，课程内容前沿高端，非普通培训层次。 深层互动：课堂氛围激情生动，互动紧绕课程主题内容，非哗众取宠。 易懂易用：案例剖析，讲解深入浅出，方法简单实用，非业外案例方法，好听不实用。 效果承诺：解决实际问题为导向，结合现场训练，配赠课程送转化资料，非一次性服务。			
【课程背景】： <p>今天，中国餐饮行业已经进入成熟阶段，企业面临的最大挑战依然是提高收益和利润空间。</p> <p>餐饮业的市场营销与销售服务环节一直以来是一大难题，其主因是长期以来特别是私企对此的重视程度不够，其二是专业市场营销与销售相对其他行业少很多，且专业程度与水平相差甚远。</p> <p>在信息过剩，注意力稀缺的今天，任何营销内容都已经吸引不了客户的眼球；微信中每天发内容，没有任何反应，网站上传了数千片广告文案，但没有任何点击率；然而如今大部分企业还在用传统营销策划、优惠活动促销等方式在店内外、互联网上做广告，最终在不断的烧钱；</p> <p>以上问题都是餐饮企业实施网络营销希望迫切解决的问题，</p> <p>餐饮营销有别于其他企业的营销，因为餐饮所提供的产品和服务是不能储存的，是有时效性的，因而营销人员必须要根据不断变化的市场，努力发现消费者的不同需求，通过客户管理技巧，运用不同的营销手段、定价策略，进行营销整体设计、策划，提供消费者确实需要的产品。以使消费者感到满意，使消费者对餐饮产生信任。并建立良好的往来关系。</p> <p>随着市场竞争的加剧，移动互联网、自媒体、社群更多的影响到我们的消费者，以销售为主的传统企业，必须做很多的改变适应互联网及消费者的变化。如改变自己的市场定位、改变自己的营销模式和营销手段（如社会化媒体、微信、社群）。而作为公司的销售个人也必须学会：怎么通过移动互联网做个人品牌提高转换获取消费顾客，怎么运营社群通过社群获取新客户甚至让客户做营销的传播。</p> <p>那么到底移动互联网社群的本质是什么？企业如何通过移动互联网及社群获取竞争优势，为企业突破困境与危机，快速占领市场，增长销售业绩，扩大经营版图，是本课程要解决的主要问题。</p>				
【课程收益】： <ul style="list-style-type: none"> ✚ 掌握互联网时代顾客对企业形象产品和服务认知 ✚ 互联网+餐饮传统营销观念和理念创新 ✚ 互联网时代营销策划方法与工具创新运用 ✚ 掌握互联网时代建立良好的客群关系的方法 				

【课程大纲】：

前奏 餐饮营销“金三角”与“金管道”

一、餐饮营销“金三角”之“道”

二、餐饮营销“金管道”价值链

三、餐饮营销“三字经”

简约、创新、极致

第一章 新常态下餐饮营销创新 —— 之“道”

一、企业传统营销“躺枪”分析

1、自我设限，形式老套

2、渠道单一，难以突破

3、急于求成，心态浮躁，缺乏耐性

4、不思进取，满足现状，得过且过

5、总抱怨市场不景气，从不反思自己

6、面对同行激烈竞争，欠缺必胜竞争心理

三、新常态下应改变的传统营销观念

1、新常态下营销的 8 大特征

效率、成本、信息、范围、方式、沟通、定价、效果

2、如何避免营销投入浪费

3、最有效的营销如何投入精力与金钱

4、破解粉丝经济的奥秘

5、体验至上，如何跳出餐饮餐饮做餐饮餐饮

四、新常态下必备的 3 大营销创新思维

1、一个中心：口碑

2、三个思维：痛点思维、尖叫思维、爆点思维

第二章 新常态下餐饮营销创新 —— 之“法”

一、新常态下差异化营销方法

1、产品的同质化是不可逆转的趋势

2、营销的根本任务就是将同样的产品卖出差异来

3、如何找到自己产品被接受的理由

4、如何实现传统 4P、4C 的差异化

二、新常态下营销创新的 5 大步骤及方法

1、步骤：瓶颈点、突破点、创意点、定位点、盈利点

2、方法：专注、极致、口碑、快、参与感、社会化传播

三、餐饮互联网营销技巧

1、餐饮企业做好 o2o 的四大技巧

- 2、如何应用互联网精准进行市场分析
 - 3、如何低成本快速拓展新顾客
 - 4、如何建立数据库黏住老顾客
 - 5、如何构建顾客/员工/企业三位一体营销管理体系
 - 6、如何应用互联网思维进行营销策划
- 节日营销/快速传播/事件策划/网络热点

第三章 新常态下餐饮营销创新 —— 之“器”

一、新常态下 PC 互联网营销如何创新

- 1、餐饮企业消费者营销模型及互联网使用
- 2、软文新闻事件活动营销案例分析
- 3、餐饮行业团购点评等解决方案

二、移动互联网营销及粉丝运营方法

- 1、微博微信账户的企业推广
 - 1) 微博微信撰文秘笈
 - 2) 微博微信广告文案 7 大技巧
- 2、社会化媒体综合营销案例和分析
- 3、APP、社群粉丝系统建立及应用

三、传统营销手段如何与新媒体融合应用

【落地运用】：

- 1、赠送课后工作中直接运用的资料工具：

《服务沟通话术设计清单》、《个性化服务用语用品清单》、《服务设计模板》、《客诉处理制度系统》、《顾客个性化奖品礼物清单》、《标准服务运作手册》、《员工服务考核制度系统》、《服务文化墙建立模板》

- 2、《课后试题》、《课程转化实施计划清单》

【备注】：

- ✚ 本课纲内容将在课堂现场根据学员反馈信息对本主题课件内容作适当调整；
- ✚ 企业需按照《培训物料清单》与“会场布置要求”提前做好充分准备工作；
- ✚ 企业、机构未经授权不得在课堂现场录像和录音。

本课纲为孙老师版权内容，抄袭、贴用、伪原创均属侵权。