

智胜营销-经典营销沙盘(版权课程)

主讲人：盛巍老师



学

习 背 景

学方法，树立管理者的战略营销思想和战略竞争意识，切实提升管理者分析市场环境、把握市场机会、制定营销战略、确立品牌优势、改进营销绩效、正确营销决策的能力。

模拟经营中，每个团队都要面对激烈动荡的市场竞争环境，制定适应性的营销战略，完成一系列的营销决策，在高强度的市场竞争中，模拟公司将遭遇各种各样的危机、约束、压力和挑战，参加培训的学员就是在经历模拟企业 3-4 年市场竞争的成功与失败过程中，领悟战略营销真谛，培养战略营销能力。每一年度竞争结束后，同学们通过对“公司”当年营销业绩的盘点与总结，反思营销成败，解析战略得失，梳理营销思路，暴露决策误区，并通过多次调整与改进的练习，切实提高战略营销决策水平。

【课程意义与收获】

经过两天的学习，学员对战略营销与策划的认识更加全面和清晰。通过 3—4 轮持续的演练和调整，学员将获得企业战略营销决策的宝贵实践经验。

1、梳理战略营销思路，暴露营销战略误区，使学员的战略营销理念得到更新与升级。

2、通过分析生动鲜活的模拟营销案例，认识营销战略选择与营销业绩之间的逻辑关系，反思现实企业营销战略安排的正确性。

3、借助模拟竞争，大大提高学员洞察市场、理性营销决策的能力。

4、模拟复杂市场环境下竞争对手的市场攻势，培养管理者快速市场应变能力和实战营销策划能力。

5、通过对模拟企业战略营销决策的全方位、实质性参与，加深对战略营销决策的理解，有助于提高企业营销的战略格局。

6、系统了解企业内部价值链的关系，认识到打破狭隘的部门分割，增强营销人员全局意识的重要意义。

7、树立品牌营销观念，切身体会忽视品牌建设的危害，从思想深处摒弃短视营销，构建长期品牌营销意识。

8、树立市场导向观念，学会真正从市场出发，改进本职工作效率。领导力发展是一个没有终点的过程，也不是单个的孤立事件，必须吸纳组织各级人员的参与。领导力是短缺资源，并因为这种短缺，许多企业难以适应全球竞争加剧的时代。

激发学员探索破局能力 提升激励他人的能力 带领团队迎接挑战

学

习 对 象

授

式 形 式

时

间 安 排

2天（每天6个小时）

课

程 大 纲

- 2、制定、实施模拟企业的中、长期发展战略
- 3、学习企业核心竞争力的确立与竞争优势缔造策略
- 4、根据模拟企业发展需要，运用稳定、增长与收缩战略

二、产品战略

学习运用产品组合策略和产品开发策略规划产品线，为模拟企业谋求稳定的利润来源,根据产品生命周期的不同阶段制定适应性战略

三、竞争战略

- 1、进行模拟市场细分和目标市场选择，制定新市场进入战略
- 2、运用竞争集群划分，练习使用竞争者辨识与分析技术
- 3、灵活运用差异化、低成本和集中战略
- 4、运用营销组合策略构建战略竞争优势
- 5、根据模拟经营形势，进行竞争战略调整

四、品牌战略

- 1、分析外部品牌环境，测评企业品牌状况
- 2、辨识企业品牌价值构成的关键要素
- 3、进行品牌定位、品牌营销组合和品牌营销预算
- 4、学习品牌传播、品牌维护和品牌价值提升策略

五、营销环境扫描

- 1、营销宏观环境分析
- 2、产业环境的扫描和透视
- 3、市场环境分析——市场集中度、产品差异化、进入壁垒等

六、不同产品生命周期的营销战略

- 1、产品生命周期——投入期、成长期、成熟期和衰退期
- 2、不同产品生命周期阶段的营销战略选择
- 3、不同产品生命周期的梯次规划

七、营销必杀技——营销战

- 1、演练营销进攻、营销防御和营销游击战术
- 2、体验领导者、追随者、补缺者、挑战者策略
- 3、学习灵活运用品牌战、价格战、广告战和渠道战。

