

# 市场营销管理

课程对象：市场部，服务推广部；销售计划（二手车）

主讲老师：马诚骏

课程时间：以客户需求

授课模式：导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

课程大纲：

## 第一节：区域市场分析与消费者分析法

### 1、市场分析法

- **SWOT** 分析法、**PEST** 分析法
- 为什么要做市场调研，市场调研的六种方法介绍
- 市场调研的报告编写与汇报分析
- 竞争对手分析调研、有效媒体传播调研

### 2、消费者分析法

- 有效分析消费者的六个法则
- 消费者的**343**原则表格分析

## 第二节：来店数据分析能够为市场提供怎样的数据支持

### 1、建立数据管理分析表格确定市场数据渠道

### 2、市场数据与销售数据的互补性分析

### 3、工具案例分析（实用工具展示）

## 第三节：前沿的市场活动分析与案例研讨

### 1、 贴身肉搏的客户争夺战分析

### 2、 团购与促销的活动设计案例分析（千人交车模式）

### 3、体验营销的技巧与方法设计案例分析

### 4、市场活动的目标分解与工具使用案例分析

### 5、销售顾问的市场活动执行与沟通能力提升

### 6、建设合理的市场活动策划流程

- 十全十美的市场活动分析（案例推进）
- 市场活动的案例分享（独孤九式）
- 市场活动的评估与投入
- 案例分享：情人节/劳动节的店头活动。
- 上门拜访、定、巡展、品鉴会、试乘试驾、售后回访活动的标准流程与操作细节讲解。
- 店头活动的标准文稿撰写与销售顾问的培训（案例、提供相应的工具）
- 店头活动的评估与绩效考核（没有追踪就没有效果）
- 圈层营销与异业联合营销方法的介绍与实施。