

# 《新时期总裁智慧营销思维》

**[课程背景]**：天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往。然，利从何来？当来自于营销。但现今传统的营销模式已根本无法适应当下朴素迷离，且竞争激烈的市场！企业家能否拥有一套全新的营销思维，已成为现今企业能否发掘客户，获取利润，走出焦虑的根本！本课将从另类的市场运营方式出发！帮助企业突破困境，实现业绩逆势飞扬！其手段，匪夷所思；其效果，出乎意料！（康老师曾以此法帮助广发在4个月内业绩增长10余倍，2012年商界杂志曾对此奇迹做过长篇报道）！

2.小组探讨：我们如何利用这些成功案例促成我们的企业走向成功？

## **[课程收益]**：

了解影响企业营销革新成败的核心标志，避免踩坑；  
清晰成功实现企业营销迭代的6个最核心的突破口；  
掌握指导智慧营销顺利实施的思维层面的基本指导逻辑；  
谙熟企业在困境中如何利用自身及市场条件，实现逆势崛起的手段  
掌握一套实现企业在困境中降本增效，出奇制胜的思想，方法及工具。

10:30-10:

茶歇

## **[课程风格]**

内容方面：有个案，有系统，有深度，高屋建瓴；  
效果方面：有视频，有互动，有解读，实战落地！

		<p>1. 架构重组助力逆势营销之行业应用</p> <p>2. “架构重组”助推逆势营销的基本路径</p> <p><b>3. 案例剖析：</b></p> <p>1) 广发如何在逆势中将散兵游勇，瞬间变成精兵强将，而促成了业绩的倍增？</p> <p>2) 广发是如何妙用“盒饭”以弱胜强，逆势反扑，打败强大的对手，而独霸中石化市场的？</p> <p><b>4. 小组探讨：</b>我如何利用这些营销逻辑思维，在逆境崛中实现我们营销业绩崛起？</p>
中午	12:00 – 13:30	午餐
下午	13:30 – 15:00	<p><b>三、B 原则：品牌迭代创新助推企业业绩飙升</b></p> <p>1. 品牌的本质：C&amp;N</p> <p>2. “品牌迭代”创新助力营销之逻辑解析</p> <p>3. “品牌迭代”创新助推营销的基本路径</p> <p><b>4. 案例分析：</b></p> <p>1) 广发是如何利用此招不可思议地逆势崛起，在一个月之内实现业绩翻番的？</p> <p>2) 宝马进驻中国市场的策略剖析！</p> <p>3) 乐邦电磁炉的崛起与衰落！</p> <p><b>小组探讨：</b>我们如何利用此案例中的逻辑思维，实现我们营销业绩的腾飞？</p>

		15:00 – 15:15	茶 歇
		15:15 – 17:00	<p><b>四、M 原则：营销模式蜕变创新助推企业业绩飙升</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 营销模式蜕变助力逆势营销之逻辑解析</li> <li>2. “营销模式蜕变”创新助推营销的基本路径</li> </ol> <p><b>3. 3 种“另类营销模式”在市场中的基本应用</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 功能型营销向服务型营销的蜕变</li> </ol> <p><b>案例分析：金龙鱼的故事</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2) 售卖型营销向租赁型营销的转变</li> </ol> <p><b>案例分析：迈利滕是如何利用令人脑洞大开的另类奇葩“营销”，实现其利润倍增的？</b></p> <p><b>小组探讨：我们如何利用此案例中的营销逻辑思维，实现我们产品在逆势中的崛起？</b></p>
晚 餐			

D2	上午	9:00—10:30	<p><b>五、C 原则：互联网思维下的渠道裂变创新助推企业业绩飙升</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 渠道的本质：物理渠道 PK 时空渠道</li> <li>2. “渠道裂变创新”助力营销业绩之逻辑解析</li> <li>3. “渠道裂变”创新助推营销业绩的基本路径</li> <li>4. 电商的本质：让渡价值</li> </ol> <p>案例剖析：为什么说不懂让渡价值就不懂电商</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. 如何通过让渡价值玩透电商</li> </ol> <p><b>6. 案例剖析：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 阿里巴巴与京东的区别与联系</li> <li>2) 国黄金的金玫瑰绽放之旅！</li> <li>3) 如何通过互联网迅速玩转国际物流业务</li> </ol> <p><b>案例探讨：</b>我们如何利用此案例中的逻辑思维，实现我们营销业绩的腾飞？</p>
		10:30—10:40	茶 歇
		10:40 – 12:00	<p><b>六、S 原则：技巧升华创新助推企业业绩飙升</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “技巧升华”助力创新营销之逻辑解析</li> <li>2. “技巧升华”助推创新营销的基本路径</li> </ol> <p><b>3. 案例分析：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 欲擒故纵：固执客户为何突然改变主意，表示愿意合作（宝洁 RDS 计划）？</li> <li>2) 抛砖引玉：宝洁营销高手是如何在逆势中 10 分钟打败强势</li> </ol>

		<p>客户的（北京 shopping mall）？</p> <p>3) <b>小组探讨</b>：我们如何利用此案例中的逻辑思维，实现我们营销业绩的腾飞？</p>	
	中午	<p>12:00 – 13:30</p> <p>午 餐</p>	
	下午	<p>13:30 – 15:00</p>	<p><b>七、C 原则：以客户需求为导向原则下的“客户再定位”助推企业业绩飙升</b></p> <p>1. 产品的归宿论</p> <p>2. 客户与用户的区别与联系</p> <p>3. 客户再定位是如何影响市场营销的</p> <p>4. “客户再定位”助创新营销之逻辑解析</p> <p>5. 选择“客户再定位”助推营销时间点的基本考量</p> <p><b>6 案例分析：</b></p> <p>1) 海底捞统采平台沉浮记！</p> <p>2) 12 个字究竟是怎样实现玩具集团业绩翻番的？</p> <p>3) <b>小组探讨</b>：我们如何利用此案例中的逻辑思维，实现我们营销业绩的腾飞</p>
		<p>15:00 – 15:20</p>	<p>茶 歇</p>
		<p>15:20 – 17:00</p>	<p><b>八、“FBMCSC”新营销工具的应用 3 原则与注意事项：</b></p> <p>1 . 321 法则，2.纠错法则，3.齿合法则</p> <p><b>第四讲：总结答疑与作业布置：</b></p>

--	--	--	--

结 束