

市场信息收集及应用			
教学方法	时间分	课程大纲	模块
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论 	15分	<ul style="list-style-type: none"> • (开场 (客户方 • 破冰活动 • 研讨公约 • 课程介绍 • ? 讨论：学员面临的挑战是什么 	课程导入
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：帮大家回顾市场营销的理论，并对于公司在市场的整体的情境达成共识。 • 产品设计与推向市场的不同 • 市场营销的基本概念：买方市场与卖方市场 • 四种经营策略的不同 • STP 理论 (市场目标定位) • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 是事实还是观点？ - 目前公司的策略 	第一单元 基础概念
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论 	120分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：生意模式的九大模块 • 介绍生意模式的九大模块 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> • 选择一个学员的部门/区域，作为案例 • 绘制生意模式的九大模块 • 明确案例的价值主张 	第二单元 商业模式画布
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议 	105分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：收集信息的方式，如何向客户收集竞争信息 • 商业模式环境分析，由四个维度来分析，影响客户方营销故事的因素，通常这是机遇来源最重要的部分 • 市场信息的收集方式 • 如何向客户收集完整和真实的信息 	第三单元 收集市场信息
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：创建确实有效的策略，发展可以执行的战术 • SWOT 分析：总结市场企业的优势及弱势，市场的机会和威胁。 • 应用市场信息 - 机遇点及问题点 • 活动：评估影响 	第四单元 应用市场信息
6小时 30分			: 总课时长

上下午各一场 15 分钟休息
个小时 1

: 休息时间
: 中饭时间