

市场营销策略计划

概述

针对策略计划的能力所设计，内容包括：

- 生意模式：分析公司生意模式的九大模块，对于公司生意有整体的概念。
- 情况分析：从外在影响及内在状况，进行 SWOT 分析，判断发展的机遇及限制。
- 愿景目标：区分愿景和目标的差异，建立部门愿景的共识，设定有效的目标。
- 战略战术：区分战略和战术的差异，创建确实有效的策略，发展可以执行的战术（又称行动计划）。
- 计划评估：计算投资及费用，预测投资回报，进行计划成功与否的检讨及报告。

课程的特色在于整个课程是用学员自己部门为活动的案例，讲师带着学员逐步发展，贯穿各个计划模块的前后逻辑，并从多年计划的经验提出建议，帮助学员在课程结束后就已完成部门策略计划的草案。

市场营销策略计划

模块	课程大纲	时间分	教学方法
课程导入	<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？ 	15 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论
第一单元 生意模式 131001	<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 	75 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 工具介绍 • 小组讨论
第二单元 情况分析 131002	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：分析各种不同的信息及数据，分析并总结 • 收集市场信息的渠道 • 市场信息（外在影响）：经济的, 社会的, 科技的, 法规的, 外在影响范例 • SWOT 分析：总结市场企业的优势及弱势，市场的机会和威胁。 • 问题和机会分析：将我们公司和关键成功因素比较，明确公司的问题，和市场的机会。 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 用之前的学员案例制作 SWOT - 明确机遇及问题 	120 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议
第三单元 愿景、使命、 目标 131003	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：建立部门愿景的共识，设定有效的目标 • 什么是愿景、使命、目标 • SMART 的设定目标原则 • 设计策略故事 • 活动：用之前的学员案例制作愿景及目标 	45 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议
第四单元	<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 	90 分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解

战略地图及战略战术 131004	<ul style="list-style-type: none"> • 制作策略地图 • 寻找适合的策略，达成目标 • 发展可以执行的行动计划 • 活动：用之前的学员案例制作战略地图及行动 		<ul style="list-style-type: none"> • 小组讨论 • 跨组建议
第五单元 计划评估 131005	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：市场营销策略计划的沟通计划，计算投资及费用，预测投资回报，进行计划成功与否的检讨及报告 • 如何进行计算费用及投资 • 如何计算投资回报 • 如何进行检讨会议 • 角色扮演：策略计划的报告 	45分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 角色扮演
总课时长： 6小时 30分			
休息时间： 上下午各一场 15 分钟休息 中饭时间： 1 个小时			