

市场营销计划

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 	30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 	180分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：介绍市场营销的模型 • 介绍市场营销的六大模块 • 战略的定义 • 战略的五大系列选择 • 战略描述的三段式结构 • 活动：定义市场营销的战略 	第一单元 市场营销策略模型
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议 	180分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：客户选择的标准为何 • 市场营销的有效性 • 选择客户的重要性 • 客户划分与客户细分 • 机会管理的原则 • 活动：客户的选择 	第二单元 客户的选择
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议 	120分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：市场影响的任务已经决定，然而每日的行动要对标 • 产品对问题 • 利益对现况 • 种子客户对主流客户 • 活动：描绘理想客户的形象 	第三单元 任务及行动
<ul style="list-style-type: none"> • 技巧说明 • 技巧展示 • 小组讨论 • 个人评估 	120分	<ul style="list-style-type: none"> • 目的：帮助学员掌握专业度的全貌，并能主动地找到成长的方法 • 专业的定义 • 能力分类模型 • 活动：定义个人能力分类模型并自我评估 	第四单元 市场人员的专业化
<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 角色扮演 	150分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：市场影响的渠道有许多种，要如何整合而产生综效 • 渠道的四大类型 • 渠道的特性 • 多渠道的合作模型 • 活动：设计多渠道的运营模式 	第五单元 多渠道的管理
13小时 0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