

市场营销计划及报告

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 	150分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：市场的随时在变化，竞争者也不断寻求新的商业模式的发展来抢占市场，因此，检验渠道策略的第一步，一定是先探讨商业模式。 • 介绍商业模式的九大模块 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 绘制商业模式的九大模块 - 一组对现在公司的商业模式来分析，其他组选择某一竞争者进行商业模式的分析 - 各组分享及反馈后，各组各自提出再最短时间内可行的发展机会 	第一单元 商业模式 131001
<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：确定客户定位及客户的偏好 • 客户画像的分析及描绘 • 客户的现在购买体验 • 客户的购买行为及渠道偏好 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 各组针对被指派的客户区隔，进行客户画像及渠道偏好 	第二单元 客户分析
<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：分析各种不同的信息及数据，分析并总结，透过 SWOT 分析，找到发展的机遇及问题 • 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"> - 各组针对被指定竞争者进行 SWOT 分析 - 明确机遇及问题 	第三单元 情况分析 131002

<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 小组讨论 • 跨组建议 	150 分	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：审视及制定战略地图（生意机器），选择确实有效的策略，发展可以执行的战术 • 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： <ul style="list-style-type: none"> - 建立战略地图，各组互相分享及反馈 - 各组制定三个快速可行的策略及行动计划 	第四单元 战略地图及战略战术 131004
<ul style="list-style-type: none"> • 轮流汇报 	180 分	<ul style="list-style-type: none"> • 各组汇报各自的市场营销报告 	第五单元 计划汇报
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