

《企业营销策略定海神针》

高云鹏

课程背景：

结合企业战略规划，聚焦打造现代一企业目标，以满足城乡居民消费升级和中高端食品需求为导向，深入思考营销策略如何服务战略目标达成

课程收益：

全面了解市场现状、动向与未来发展趋势，打开创新营销思维与格局，全面构建营销策略底层逻辑，掌握营销创新方法论，全面提升学员的营销管理水平

课程受众：

企业中高级管理人员、营销相关岗位负责人

课程大纲：

一、 聚焦发展目标 纵览行业全局

- 1、2023 快消品市场全局图
- 2、营销环境的变革与变量分析
- 3、消费升级 VS 消费降级
- 4、发展的困局
- 5、全新发展机会与未来发展趋势浅析

二、 拆掉营销创新的“墙”

- 1、老品牌，还能创新吗
 - 案例分析：老字号 新征途
- 2、营销创新的阻碍是什么
- 3、行业“黑马”的成长逻辑
 - 案例分析：从流量爆品到品类霸主（行业案例）
- 4、寻找创新的抓手
 - 案例分析：创新营销的狙击突围

三、 营销策略的底层逻辑

- 1、从 4P-4C-4R 从营销进化论看营销策略迭代
- 2、全景化解析营销策略
 - 营销策略的结构化思考
 - 案例分析：百亿级单品安慕希的成长之路
- 3、衡量营销策略成功的关键指标
- 4、品牌影响力塑造
- 5、产品影响力塑造
- 6、市场竞争策略
 - SWOT 分析与市场策略制定
 - 案例分析：差异化竞争下的生存主义
 - 价格策略与渠道策略
- 7、全国市场布局的策略思考
- 8、业绩增长的底层逻辑

四、 营销创新方法论

- 1、基于消费者深入洞察的营销创新
 - 消费者管理矩阵
 - 消费者购买驱动力探究

- 消费者的四个角色
- 2、基于产品力强化的营销创新
 - 产品力塑造
 - 互动思考：商品同质化与市场内卷背景下，产品如何创新突破增长困局
- 3、基于时代同频的营销创新
 - 案例分析：“躬身入局”——读懂 90 后 00 后的消费观念
 - 那些与时俱进的产品创新