

《市场意识与市场思维》

(标准版：12 课时)

【课程背景】

市场环境到底发生了怎样的变化；过度的市场细分已经使得企业无处可去；品牌化是未来企业发展的根本，市场是决定品牌化之矛；跟上“创新”和“变化”始终是其核心灵魂。我们要懂得理解并得到有效执行，最终获得更大的业绩提升。

【课程收益】

- 1、重新发现营销的本质和成功的秘诀
- 2、成功的营销从清晰地市场定位开始
- 3、提升洞察市场的能力和目标客户分析
- 4、掌握营销的策略和模式创新
- 5、提升品牌经营和管理意识
- 6、掌握市场销售的方法和技巧

【授课方式】

老师理论+案例研讨+互动体验+分享交流

【授课对象】

市场人员

【课程纲要】

第一讲：营销本质与营销思维转变

- 1、错误的营销观念
- 2、新的营销观念
- 3、从加工到品牌转变观念
- 4、了解产品的核心竞争能力
- 5、线上与线下结合的观念
- 6、主动营销带来的业绩提升

第二讲：洞察目标顾客的能力

- 1、谁应该是企业的目标顾客
- 2、如何洞察企业的目标顾客
- 3、顾客链与消费链
- 4、建立洞察顾客的运营机制
- 5、目标顾客群的划分方式
- 6、发现新市场的意识

第三讲：理解新的赢利模式

- 1、你是否处于价值链的高利润环节
- 2、你在销售“价格”还是“价值”
- 3、你在销售“产品”还是“服务”
- 4、你的赢利“多渠道”还是“单一渠道”
- 5、产品的组合之道

第四讲：营销模式创新之渠道开拓

- 1、创新渠道，无限扩张

- 2、搭借渠道，低成本扩张
- 3、转移渠道，开拓新空间
- 4、整合渠道，相互借力
- 5、成功的渠道模式分析

第五讲：业绩提升的天龙八部

- 1、建立信赖感-打开客户心门
- 2、问题就是答案-挖掘与呈现需求
- 3、仔细聆听-听出客户的需求与渴望
- 4、确认需求-准确锁定客户的期望
- 5、专业建议-提出符合需求的建议与价值呈现
- 6、实施计划-向对方阐述和解释计划如何实施
- 7、效果满足-说明实施的结果与效果的满足
- 8、相像而行的行动与商务谈判