

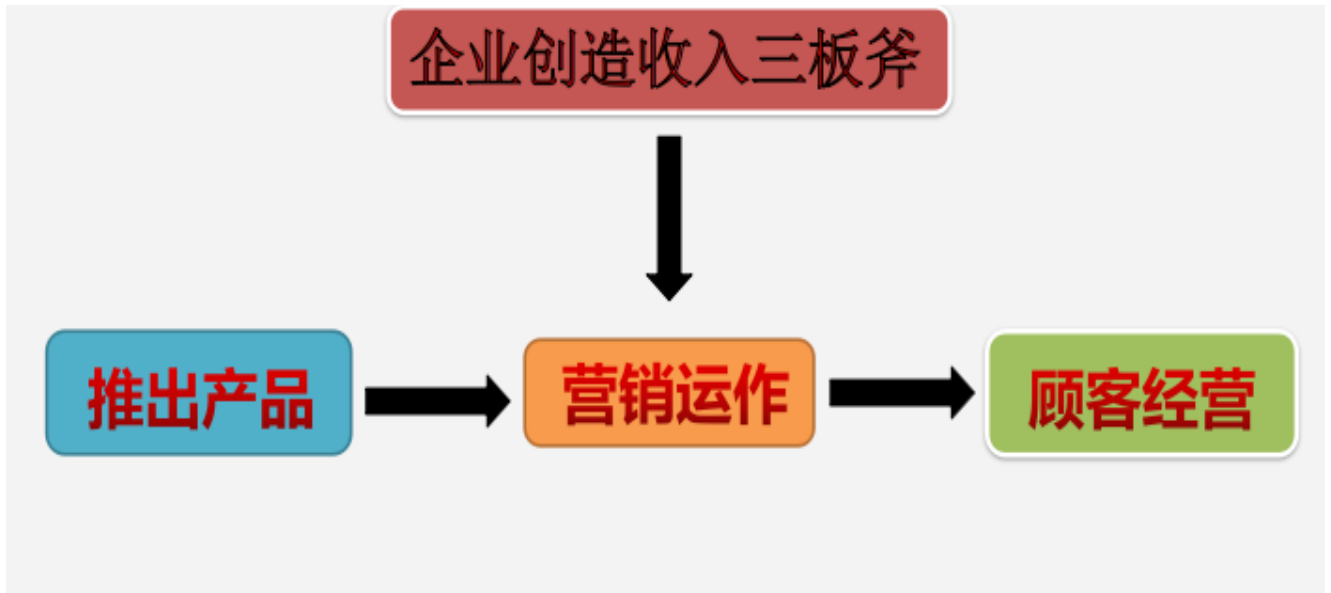
《引爆新品-新品上市营销》

【课程背景】

中国经过几十年市场经济的发展已经从产品稀缺到了产品大量过剩时代。发现一个痛点做出一款产品就能大卖已经变得不可能。市场上并不缺产品，甚至不缺好的产品。太多拥有好的产品却运作不成功的企业。要成功运作一款产品或一系列产品需要一套科学、系统、符合人性心理的整套市场营销运作系统。

- 如何做出众人疯抢的爆品？
- 极致产品的打造的核心逻辑是什么？
- 如何在市场上构建出强势品牌？
- 如何找到自己独特的定位？
- 如何让你的生意有源源不断的客流？
- 如何设计一句话就让人记住你的广告语？
- 如何让一条广告一经投入就能立马收到钱？
- 如何让更多人愿意加盟成为合作伙伴帮你卖产品？
- 如何让客户了解你的产品后就欲罢不能，立即付钱？
- 成交率翻倍，意味着利润翻倍，如何让成交率翻倍增长
- 如何让客户多买，成倍提升客单价？
- 如何让客户一次又一次地回头消费？

就是我们企业营销运营目前最重要的课题，也是本课程的内容所在。课程围绕产品打造、营销运作、顾客经营三个方面为主线共计 6 大模块，18 种秘诀。然后分解每一个环节应该怎么做，怎么去调整优化，你只要将课程中的策略灵活运用到公司的生意上，一定会实现产品大卖，业绩显著提升，创造源源不断的收入。



【课程收益】

- 熟悉好产品的 2 个重要指标
- 掌握打造爆品的 2 大精简战略
- 掌握定位的 3 大方法

- 了解 20 个品牌的定位及方法
- 掌握广告的六脉神剑、16 字秘诀
- 掌握海量获取抖音、百度、头条、朋友圈客户的 3 步流程
- 掌握 60 秒设计出高度诱惑的广告标题
- 掌握让渠道商蜂拥而至的 7-2-1 法则
- 了解吸引加盟商的 6 大诱因
- 掌握让顾客立即付钱的 8 大杀器
- 熟练让顾客一次买更多的 3 大策略
- 掌握让顾客不断回头的 5 大方略

【课程对象】老板、CEO、营销部门负责人、各部门高级经理、总监、店长、营销骨干。
(本课程涉及到营销策略及营销流程的优化，须有决策权的领导者参与)

【课时安排】2 天 (6 小时/天)

【课程特色】实战型职业培训讲师，于风趣幽默，用通俗的语言传递实用方法，可让不同文化层次的学员轻松理解。善于在导入方法的基础上挖掘参与者智慧，最终将方法与企业实际结合，得出可直接落地生根的操作策略或方案。

【课程大纲】

第一节 如何做出众人疯抢的爆品

营销是为好产品服务的，产品不行，通过营销只能做一次性生意。产品好，才能持续留住顾客，让生意细水长流。一切脱离好产品的商业模式都是耍流氓，没有好产品做基础的营销都是昙花一现。

营销的目的不仅是吸引新顾客和创造交易，更重要的是留住顾客并且让他们与公司的业务不断增长-----科特勒

- 1、好产品的 2 个指标
- 2、顾客满意度公式
- 3、优化产品的 2 大抓手：需求+体验
案例:找到需求引爆点：用户从 50 万暴涨至 2000 万
- 4、打造爆品的 2 大精简战略
案例：Instagram 如何 18 个月打造价值 10 亿美元的产品
案例：7 天酒店的“聚焦核心”竞争策略
- 5、让产品逼近极致的一个简单秘密
- 6、用户体验实战指南：怎样让顾客爽起来

第二节 如何在市场上脱颖而出构建强势品牌

- 1、品牌不为人知的重大意义
- 2、核心思维：揭示如何击败强大的竞争对手
- 3、一句话揭开定位的神秘面纱
- 4、定位方法一：开创新品类
 - a、锁定细分市场
 - B、新的产品种类
- 5、定位方法二：占据一个特性

案例：百事可乐如何狙击可口可乐

案例：同行赔钱，这两家航空公司却常年盈利的内幕

5、定位方法三：专业化

案例：王老吉品牌定位事件完整解密

案例：万科迈向地产龙头的专业化转型路径

6、20个品牌的定位以及定位方法一览表

第三节 让你的生意拥有源源不断的客流

最快速获取新顾客的方法是什么？毋庸置疑是投放广告。很少有企业可以不做广告把业务做到全国乃至全世界。即使强调口碑的互联网企业同样在铺天盖地投放广告。

➤ 广告获客

1. 广告的形式及核心

1) 广告的两形式

品牌广告

直效广告

2) 广告的六脉神剑：16字揭露广告的全部秘密

2. 品牌广告

1) 品牌广告：一句话让别人一句话记住你

2) 常见有效的两种类型品牌广告

3) 事实型广告

案例：8条事实型广告

事实型广告格式

4) 叫卖型广告

案例：8条叫卖型广告

叫卖型广告格式

5) 广告要有效学学毛主席

3. 直效广告（一条投放立即有人回应或者付钱）

1) 案例：健美产品广告如何让人看完就打电话咨询

2) 民间高手的赚钱妙计：两步营销的秘密

3) 3步流程海量获取百度、头条、抖音、朋友圈等平台的顾客

4) 2大原则60秒设计出高度诱人的广告标题

5) 2种图片让你的广告关注度加倍

6) 15个实战广告标题

7) 8步框架策划高转化营销页面

➤ 合作获客

我们想要的客户早已经是别人的客户。我们所需要的就是跟他们进行合作把他们的顾客变成我们的顾客。

1. 寄生模式

2. 分销模式

1) 如何让更多人帮我们卖产品

2) 7-2-1法则让渠道商蜂拥而至找你进货

3) 增加渠道3种方式：代理、直供、连锁

4) 代理

- 3 个步骤招满全国代理
- 5 种方法从人群中找到准代理
- 6 大诱因吸引人们踊跃投资加盟做代理
- 8 条指标筛选合格代理

- 5) 直供
 - 渠道的本质
 - 多渠道组合运营
 - 苹果的多渠道组合策略
- 6) 连锁
 - 三种连锁模式
 - 直营
 - 加盟
 - 直管

第四节 让上门的顾客付钱

- 1、顾客不买的 5 大原因
- 2、第一招 价值塑造：3 个方法给产品施加“咒语”让顾客很想拥有
- 3、第二招 独特卖点：让你的产品与众不同的 6 种途径
- 4、第三招 权威：7 种措施，让顾客像熟人一样相信你，甚至崇拜你
- 5、第四招 顾客见证：3 种手段，燃起顾客强烈购买欲望
- 6、第五招 产品演示：让顾客眼见为实
- 7、第六招 风险逆转：9 种技术消除对方购买障碍，直接购买
- 8、第七招 赠品：3 个要点成交率立马翻倍
- 9、第八招 稀缺：2 个技巧，让人立即行动掏钱购买

第五节 客单价——让顾客一次性买更多

- 3 个方法立即增加顾客消费金额
- 案例：零成本客单价从 300 变 3 万的秘密

第六节 让老顾客不断回头重复购买

- 让顾客一次又一次回头购买的 5 大策略
 - 1、第一式 极致服务：让顾客超级满意
 - 1) 3 个方法，1 个理念，让顾客打心里快乐
 - 2) 2 条措施：不用监督，员工会发自内心做好服务
 - 2、第二式 后续产品：让顾客持续不断买买买
 - 3、第三式 会员锁客：把顾客“绑”起来，现金快速涌入
 - 4 大因子让顾客疯狂充值办会员
 - 4、第四式 闹钟模式：让顾客定期自动消费
 - 5、第五式 奖励刺激：小成本大回报
- 实操：3 种方式设计奖励方案