

# 营销创新

——经济转型期的营销思维突破

主讲人：何云鹏

## 【课程背景】

疫情常态化的模式下，传统营销渠道深受冲击。习惯化的销售模式、管理模式以及激励模式都经受严峻考验。如何在新常态的市场环境下快速适应市场变化，寻求市场营销的底层逻辑，突破思维禁锢，寻找新的销售增长点，激发销售人员的斗志，成为现阶段每个企业面临的课题。急于转型，事半功倍；坐等机会，功败垂成；既要保持企业持续发展又能适应新市场新环境的销售策略刻不容缓。

为了解决问题，何老师通过总结多年来的工作经验，以及对存世百年企业的研究心得，提出：市场看似千变万化，实则有规可循，作为营销人我们就要用标准化思维分析市场，用个性化的提案解决问题，这样才能在如此多变的环境下保持不败。从市场营销的底层逻辑寻找突破方法，帮助企业在纷繁的环境下坚持初心终达始衷。

## 【课程收益】

从经营环境、组织变革到领导工作创新三个维度，学习和掌握系统创新的基本思维和方法，帮助企业领导者和管理者在道、法、术、器四个层面的营销工作创新和变革管理，拓宽营销思路，促进营销工作突破性改善和提升。

**【参训人员】**：营销总监、营销部经理、市场部经理及营销人员等。

不同管理层面人员，针对高、中、基层，课程方向和内容侧重有所不同。

**【课程时长】**：1-2天（6小时/天）

## 【课程大纲】：

### 主题一：经济转型期的营销创新

1. 营销创新的意义
2. 企业的营销转型
3. 转型期为营销带来的挑战和机遇
4. 重振企业家精神  
在推平的世界，如何取得市场先机  
全脑时代的营销思维

### 主题二：构建营销创新的系统思维

1. 系统营销的四个维度
2. 系统的改进和系统的放弃
3. 发展领导者的营销创新技能  
本质思考能力  
环境扫描能力  
系统思考能力  
心理定格能力
4. 应用工具：《四维度系统检视表》

### **主题三：构建以顾客为导向的组织**

1. 营销创新的变量分析  
有机式结构和组织边界
2. 塑造回应顾客的组织文化
3. 营销创新的组织障碍及对策
4. 推动变革的七种策略  
关键营销问题及对策
5. 提升营销人员的创造力
6. 应用工具：《组织创新能力变量检视表》

### **主题四：商业模式创新**

1. 商业模式的六要素
2. 基于客户价值的商业模式创新  
新时期商业模式的特征
3. 颠覆规则创新  
价值链与关键创新点  
以顾客价值为导向的创新技法
4. 创新要素配置分析

### **主题五：全脑时代的营销策略创新**

1. 全脑营销的基本思维  
只有占领头脑，才会占有市场  
用“脑”思考 用“心”营销
2. 逆向营销创新技巧  
营销手段和目的的颠倒  
目标颠倒。  
特性和效用的颠倒

### **主题六：市场和客户关系开发创新**

1. 从销售者到关系管理者
2. 掌握更多的客户管理知识
3. 集成的客户管理
4. 创新的价格体系。

### **主题七：产品和服务开发创新**

1. 智能产品
2. 电子化服务
3. 个性化解决方案
4. 产品和服务创新的障碍及对策

### **主题八：市场竞争游戏规则创新**

1. 市场竞争的两个层面  
规则内竞争取胜  
突破规则的竞争

## 2. 营销组合规则的改变

营销创新六大法则

顾客让渡价值创新

渠道创新

促销创新

## 3. 个性化营销创新技法演练