
市场营销意识与市场分析能力

主讲：林安

课程背景：

企业须将 80%的优质资源聚焦 20%的优质市场，以保证企业的战略达成，针对市场的营销技巧对企业就显得格外重要。

企业虽然行业不同，但针对市场营销的基本能力要求与技巧是基本一致的。针对目前企业在市场营销中出现的主要问题以及欠缺的共性能力，我们开发了这门课程，对企业有很好的参考价值。

课程收益：

- 1、 企业收益：提升针对市场的营销成交率。
- 2、 学员收益：掌握市场营销的关键技巧。
- 3、 学员对象：各级管理者、营销人员

授课方式：

学员分组（方便讨论交流）；授课（60%）+案例（10%）+讨论（30%）

授课天数：2 天（每天 6 小时）。

课程大纲

一、 锁定市场

1. 客户分类的框架逻辑
2. 市场的特点
3. 与客户的战略匹配度
4. 锁定你的市场
5. 讨论：你如何定义市场？有哪些疑惑？

二、 市场分析能力

1. 市场洞察
2. 市场分析必须具备的基本能力
3. 建立市场分析的结构化思考
4. 讨论：此前你的市场分析是如何做的？目前的想法如何？

三、 市场营销技巧

1. 市场营销的基础

- 1) 充分了解并理解你的市场
- 2) 充分了解市场的企业文化及关键客户的人文习惯
- 3) 市场沟通与拜访的关键点
- 4) 宣讲应注意的问题
- 5) 优质资源聚焦市场
- 6) 怀揣同理心，倾听市场及客户的声音
- 7) 讨论：前期你的市场营销是否留意了以上内容？出现了哪些问题？如何改进？如何让你的想法更有吸引力？
- 8) 让你的想法更有吸引力

2. 拓展并管理市场的客户关系

- 1) 市场关系模型
- 2) 关键客户关系
- 3) 普遍客户关系
- 4) 组织客户关系
- 5) 案例：华为的客户关系拓展与管理
- 6) 讨论：为何将客户关系分类拓展并管理？

3. 管理客户的价值主张

- 1) 价值主张的内涵
- 2) 理解客户之间的竞争给其造成的痛点
- 3) 系统、全面、准确地了解客户的价值主张
- 4) 设计实现价值主张的解决方案及应注意的关键问题
- 5) 设置战略控制点，增强合作粘性
- 6) 实现客户的价值主张
- 7) 管理客户价值主张需注意的问题
- 8) 案例：华为的客户价值主张管理
- 9) 讨论：你在管理客户价值主张中遇到哪些问题、挑战？应该如何解决？

4. 根据客户的价值主张建能力

- 1) 了解本企业的核心竞争力

-
- 2) 系统分析同业之间的竞争
 - 3) 分析生态环境
 - 4) 根据价值主张、竞争要求、生态环境，明确需要哪些营销能力及其他综合能力
 - 5) 将能力建在价值链上
 - 6) 基于未来的目标实现建能力
5. 处理与客户的冲突技巧
- 1) 冲突的内涵
 - 2) 倾听客户的反对声音
 - 3) 只解释不辩解，由客户下结论
 - 4) HOT 模型
 - 5) 讨论：找出前期你在拓展市场过程中与客户最大的几件意见冲突，你是如何处理的？结合以上内容，对你有何启发？

1. 总结

2. 对话与交流

*****The

END*****

说明：该课纲仅展现了市场营销的关键技巧内容，结合以往营销的经验积累，针对典型问题做了阐述，具体内容有待与企业沟通后再做定制！