

旅游产品策划与营销

课程背景：

1. 旅游产品单一，业绩下降。
2. 传统营销落后，导致业绩下滑
3. 各大平台冲击线下市场
4. 员工思维保守，有待更新与突破
5. 内循环下如何有效开展旅游业务，成为第一任务

课程交付：

1. 现场设计出接近市场需求的落地产品
2. 学会分析与处理各种产品产生的市场问题
3. 改变营销观念与意识，培养创新思维
4. 掌握多种营销模式，学会新营销应对方法
5. 学会多种工具应用，解决实际问题

上课形式：讲授法与行动学习法

在知识与技术讲授后，在课堂上引导学员设计出自己所负责的产品，直接可以落地应用到市场中。

课时：1天（6小时）

学员：旅游企业中层与基层管理者

模块一：旅游产品策划

课纲

一、破冰

1. 你眼中的客户，与客户眼中的你！
2. 说说现在的公司、市场出现的问题

上课形式：画图研讨

二、客户需求本质分析

1. 画图分析客户来源
 - 1.1 线上客户
 - 1.2 线下客户
2. 客户性格分析
3. 当地人喜好
4. 产品价格与客户消费能力

上课形式：学员分组。用工具学习并讨论，总结出公司客户需求本质

三、本公司或个人有哪些独特资源

1. 低于市场底价
2. 一手或独家资源
3. 特殊销售渠道
4. 网红产品

上课形式：引导学员分析本公司独特优势，找到核心价值

四、设计产品线

1. 理论依据
 - 1) 1.1 创新思维
 - 2) 1.2 互联网 5G 思维与短视频

3) 1.3 马斯洛需求理论

4) 1.4 消费市场规律

5) 1.5 二八法则

6) 1.6 行业合作思维

2、旅游产品策划分类

1) 研学产品

2) 游学产品

3) 自驾游产品

4) 亲子类产品

5) 冰雪类产品

3、实践操作

本章节课程需要学员每一条线路讨论设计，最后再选定可以应用到本公司产品线中的方向后，进行落地设计，可以保证设计后既可以应用实施到市场。

五、问题分析与解决

1、假设产品推出市场后出现问题

1) 销售不出去，叫好不叫座

2) 产品价格过低，有亏损

3) 产品设计出现问题

4) 市场其他原因，导致产品卖不出去

2、问题原因分析

3、问题解决

课程设计：本课以工具分析为主，在课堂上以实际案例场景设计，帮助员工提升在设计后尽快落地能力。

六、课程总结

模块二：营销培训

课纲

一、 旅游大环境现状导入

以文旅产业数据为例，深度分析市场情况

二、 思维逻辑与理论基础

1. 系统思维

1) 整体与局部

2) 1“建构”与“解构”解决问题

3) 绘制系统循环图，提升全员营销执行能力

2. 营销与创新思维关系

1) 企业盈利模式：创新+营销

2) 创新思维路径

3) 激励员工创造最佳绩效

4) 练习：分析本公司营销策划与创新能力

3. 营销诱因与情绪传播

1) 营销诱因

2) 营销情绪传播规律

三、 全员营销战略定位

1. 全员营销概述

1) 全员营销概念、特质、员工定位

2) 全员营销六大模式

3) 全员营销价值链

2. 全员营销渠道建立模式

- 1) 传播路径
- 2) 企业非营销部门资源整合
- 3) 从市场营销向社会营销模式转变

练习：设计本企业全员营销战略

3. 线上短视频与全员营销

- 1) 景区短视频设计特征
- 2) 短视频造势模式

4. 线下社群与全员营销

- 1) 社群营销特征
- 2) 如何经营自己的社群

四、管理向服务赋能营销思维

- 1、建立服务营销思维
- 2、如何创造客户体验峰值，带动营销
- 3、管理者与员工关系重塑
- 4、建立服务全产业链模式营销

练习：设计本企业服务营销战略

五、故事营销

- 1、故事营销搭建逻辑
- 2、故事传播价值

六、营销技能训练

- 1、客户买单心理分析
- 2、目标客户群体定位

3、高效沟通与谈判技巧

4、服务礼仪与营销

七、复盘与设计

1、绘制本企业营销规划图

2、点评与分析