

《精准营销管理》

【课程背景】：

随着中国经济的蓬勃发展，越来越多的中国企业走向了大中型企业的阶段，如何站在客观准确地观察企业运营和市场营销工作的开展，是每个大中型企业管理者需要面对的问题，而其中的答案之一就是数字化管理。

精准营销管理是通过将企业的市场与销售流程进行量化观察和管理的方法，是精确管理和客观管理的重要手段。精准营销管理运用统计学原理，以报表为工具客观地展示业务情况，避免了主观判断带来了误差。精准营销还推动了“只看结果，不找借口”的企业文化，有利于打造高执行力的团队。

本课程介绍了戴尔等世界知名企业的精准营销管理，并介绍了数字化管理的真正应用以及实操技巧，是集理念影响和实战工具于一身的课程。

【课程目标】：

- 1、推动销售管理领导应用数字化的管理手段，有效提高绩效
- 2、掌握精准营销管理的基本思想和核心概念
- 3、学习报表、统计和分析等数字化的工具

【授课形式】：

运用各种培训方式，本课程结合讲授、启发式互动教学、讨论问答、案例分析、现场实战演练等多种授课方式，有效活跃课堂气氛，并增强学员的学习效果。

【授课对象】：企业员工

【课程时长】：12 小时（2 天）

【课程提纲】：

一、现代营销管理理念

(系统阐述现代营销理念，导出精准营销及其技巧工具的设计原则和根本出发点。后续的介绍都会响应本章的理念。)

- 1、精准营销的概念
- 2、顾问式营销
- 3、从 4P、4C 到 4R
- 4、客户的需求论和价值论
- 5、客户是销售最好的老师

二、精准客户分析

(通过优秀企业的客户分析案例了解客户分析的技巧和方法)

- 1、脑白金的精准营销
- 2、客户信息的维度设计
- 3、客户购买力分析
- 4、客户的购买习惯分析
- 5、客户的决策流程分析
- 6、精准营销预测

三、CRM 设计思想

(系统介绍 CRM 系统的设计思想)

- 1、CRM 不仅是客户信息记录工具
- 2、CRM 如何应用于推动绩效
- 3、CRM 与人员管理系统的衔接
- 4、CRM 与销售订单处理系统的衔接
- 5、CRM 与销售漏斗
- 6、优秀企业的 CRM 实例

四、精准营销管理工具

(系统介绍报表的作用和制定报表的原则。提供先进企业制作报表的架构)

- 1、精准营销管理基础——报表

- 2、统计学理念
- 3、报表的作用 1——找出规律
- 4、报表的作用 2——即时管理
- 5、报表的作用 3——前瞻性管理
- 6、报表的作用 4——优化改进
- 7、直接结果和间接指标
- 8、现场演练：根据给定报表制定改进方案

五、市场策划流程与工具

(学习市场策划方案的技巧，并提供了有效的工具)

- 1、G7 市场策划模型
- 2、确定目标人群
- 3、对目标人群进行分类
- 4、挖掘两组最关键的人群的需求
- 5、针对性的营销方案
- 6、市场反馈与调整