

《营销体系建设》

【主要学习内容】：

- 学习营销实战工具
- 掌握战略设计的基本方法
- 了解互联网思维
- 树立科学管理思维
- 解决实战疑难问题

【学习目标】：

- ✓ 了解战略与互联网思维的基本概念
- ✓ 学习战略管理的相关工具
- ✓ 树立科学管理的意识
- ✓ 通过测试和分析制定适合自己的战略发展规划

【培训方式】：

本课程采用立体的教学手段，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。

通过讨论，学员可以自己产出较多的思路，记忆深刻。课堂上的现场演练，

给学员展示现实工作中的情景，既学习了处理各种问题的思路，也能对学员的表现进行评价，使学员无论在理念上还是技能上都得到提升。

【课程大纲】：

一、营销战略

- 1、战略的意义与作用
- 2、局与势——“化”的力量
- 3、客户的变化
- 4、互联网思维——极致的客户体验
- 5、SWOT分析法

二、战略模式策略

- 1、定位
- 2、三种竞争模式
- 3、传统行业与互联网思维
- 4、商业模式的革命——让客户更快、更笨、更简洁、更快乐
- 5、沿价值链延伸

三、推广与传播策略

- 1、品牌的建立过程

- 2、组合推广策略
- 3、传播与推广的区别
- 4、传播的要素有哪些
- 5、用科学的态度打造自媒体

四、量化的营销管控策略

- 1、什么是科学管理
- 2、大数据理念
- 3、量化的品牌调查
- 4、营销报表设计原则
- 5、营销报表案例分析

五、营销组织架构

- 1、点与面的结合
- 2、营销组织架构
- 3、矩阵式还是直线式
- 4、产品为导向还是客户为导向
- 5、价格掌控机制
- 6、矩阵式架构节点的责权分析

六、渠道管理政策

- 1、渠道管理特点
- 2、渠道销售工作重心
- 3、渠道与直营的协作
- 4、渠道保护机制
- 5、渠道奖励机制

七、销售薪酬与考核设计

- 1、薪酬取决于什么
- 2、底薪与奖励设计依据
- 3、行为指标与结果指标的平衡
- 4、从提成制向目标制的转化
- 5、晋升与选拔机制