

战略定位（2天）

1.研讨后学员收益：

- 参加人员能够了解新时期商业竞争的特点，知道把握客户认知的重要性，培养参加人员的战略思维，将内部视角转移到外部视角；
- 对市场、对竞争对手、对自身建立清晰的认识，开始意识到战略优势所在，初步形成自己的战略定位方向；
- 结合定位，清楚各产品线，针对各竞争对手的战争打法，在战斗中，明确自身的角色和职责。

2.研讨大纲

时间	内容	方法	目的
9:00-12:00	1. 商业竞争的演进 <ul style="list-style-type: none">● 竞争地点的三次转移1) 产品时代的市场特点2) 市场时代的市场特点3) 高度竞争时代的市场特点<ul style="list-style-type: none">● 认知的规律● 客户的选择决定企业存亡● 认知比现实更加重要● 企业成功的关键● 占据认知后的五重优势（案例）● 小组讨论：扫描行业竞争	讲解、案例分析、小组讨论	使参加者意识到战争地点已经转移到客户的认知，进一步明确抓住客户认知的重要性，以及取得客户认知后所具有的优势。
13:30-17:00	2. 差异化战略 <ul style="list-style-type: none">● 差异化是生存和发展的关键● 差异化的误区● 差异化的几种方法● 小组讨论：差异化探索● 定位的三种方法1) 抢先2) 关联3) 贴标签<ul style="list-style-type: none">● 观察我们的竞争对手● 小组讨论：我们的定位	讲解、讨论、案例分析、小组讨论	使学员意识到在客户认知当中建立差异化概念是战略的核心，并通过案例探讨定位的三种方法。
第二天			
9:00-12:00	3. 聚焦战略和商战模型 <ul style="list-style-type: none">● 战争对商业的借鉴	讲解、案例分析、小组讨论	从战争中得到启发，在清楚两大原则的基

	<ul style="list-style-type: none"> ● 兵力法则 ● 兵力法则启示 ● 防御优势法则 ● 防御优势法则启示 ● 四种商战模式（防御战、进攻战、侧翼战、游击战） ● 各种类型的战争打法（案例） ● 战争类型由形式决定 ● 分析主要竞争品牌的优势和劣势 ● 分组讨论：战争打法 		<p>础上，引申出四种商战打法。并进一步明确对竞争对手的战略打法。</p>
13:30-17:00	<p>4. 执行战略应避免的错误</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 区分战略、运营和技巧 ● 清楚的界定对手 ● 在客户认知中完成注册 ● 防止配称混乱 ● 处理好公关和广告的关系 ● 管理层要深入一线 ● 对现状的把握 ● 需要面对的几个问题 	讲解、案例分析	<p>结合其他企业的案例和教训，为自身的战略营销实施，给予启示。</p>