

# 《营销方案的撰写》课程大纲

【课程主题】：营销方案的撰写

【培训时间】：0.5 天

【培训对象】：市场部、企划部、营销部中基层管理人员

【培训方式】

生动授课、多媒体演示、个体实训、角色扮演、互动交流等使培训效果达到最好！

【教学目的】

- 1.学习掌握营销活动策划的基本思维模型和基本构建因素；
- 2.正确认知营销活动策划中，产品、渠道、市场、消费者之间的关系，并在活动方案中灵活使用；
- 3.掌握常用的营销方案的撰写方法，学会构架营销方案的框架，掌握营销方案内容填充的资料收集办法；
- 4.优秀终端营销活动方案赏析并能顺利完成营销活动方案的撰写；

【课程大纲】：

## 一、营销活动方案撰写的基本思维模型

- 1、结果导向型思维
  - 1) 公司的结果导向
  - 2) 客户的结果导向
  - 3) 终端的结果导向
- 2、问题分析型思维
  - 1) 找准现状
  - 2) 确认问题
  - 3) 明确方案
- 3、互联网思维
  - 1) 小步快跑
  - 2) 用户+产品思维

## 二、方案撰写从营销活动策划开始

### 1、营销活动策划的六大步骤

- 1) 建立目标
- 2) 选择工具
- 3) 制订方案
- 4) 方案预估
- 5) 执行与控制
- 6) 评估成效

### 2、营销活动策划的内容

- 1) 活动目标
- 2) 活动对象
- 3) 活动时间
- 4) 活动产品
- 5) 活动方式

- 6) 活动口号
- 7) 活动的日程行动控制
- 8) 活动规模
- 9) 奖惩考核制度

**【案例分析】优秀营销案例赏析**

### **三、针对不同对象的营销活动策划**

#### **1、针对消费者的营销活动策划**

- 1) 免费派送/免费试用
- 2) 优惠促销
- 3) 赠品促销
- 4) 价格促销

**【案例分析】终端营销案例解析**

#### **2、针对合作方的营销活动策划**

- 1) 分析痛点
- 2) 建立共赢
- 3) 凸显优势
- 4) 消除抗拒

### **四、营销策划书的常用结构设计**

- 1、5W2H 结构模型
- 2、PRM 结构模型

**【课堂练习】完成指定产品的营销策划书的框架搭建并展示**