

# 《营销策划基础与实务》课程大纲

【课程主题】：营销策划基础与实务

【培训时间】：1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！

【课程特色】

1. 学习掌握营销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. 掌握常用的营销策划步骤及方法；
4. 能完成营销策划方案书的撰写；

【课程大纲】：

## 一、营销策划的八个维度因素

- 1、目标因素
- 2、策略因素
- 3、产品因素
- 4、市场因素
- 5、投资因素
- 6、管理因素
- 7、时机因素
- 8、渠道因素

## 二、营销策划的步骤与内容

- 1、营销策划的思维模型
- 2、营销策划的六大步骤

- 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

### 3、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

### 三、产品生命周期及各阶段营销方法

#### 1、导入期

- 1) 对内的准备
- 2) 对渠道的营销培训
- 3) 对消费者的意识启蒙

#### 2、成长期

- 1) 对内的培训
- 2) 对渠道的排他性活动策划
- 3) 对消费者的广告轰炸

#### 3、成熟期

- 1) 对内的技术支持、工具支持
- 2) 对渠道的教育与训练
- 3) 对消费者的特色活动策划

#### 4、衰退期——消库活动

### 四、针对不同对象的营销策划

#### 1、针对消费者

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

#### 2、针对渠道

- 1) 合作广告
- 2) 渠道竞赛
- 3) 渠道培训
- 4) 商业折扣
- 5) 业务会议

### 五、营销活动预算制定方法

- 1、销售百分比法
- 2、全部可用资金法
- 3、竞争比较法
- 4、目标预算法

### 六、策划书撰写方法

- 1、策划书撰写思维基础
- 2、策划书结构设计
- 3、策划书的序言
- 4、策划书的信息取舍
- 5、策划书的语言美化