

# 《营销活动策划与实施》课程大纲

【课程主题】：营销活动策划及方案撰写

【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. 掌握常用的营销活动策划步骤及方法；
4. 能完成营销活动策划方案书的撰写；

【课程大纲】：

## 一、营销的基本构成

- 1、营销的定义
- 2、营销的组成部分
- 3、市场细分

【案例分析】奥迪西区精准营销策划分析

## 二、营销活动策划的八个维度因素

### 1、目标因素

- 1) 销售目标
- 2) 利润目标
- 3) 客户目标
- 4) 目标撰写

### 2、定位因素——营销定位的实战步骤

- 1) 决定定位层次
- 2) 辨别定位属性
- 3) 绘制定位地图
- 4) 评估定位选择
- 5) 实现定位，确定营销组合

### 3、产品因素

- 1) 区分产品的价值层级
- 2) 产品策划的内容梳理
- 3) 典型性产品生命周期

### 4、服务因素

- 1) 可靠性
- 2) 响应性
- 3) 深入度
- 4) 有形体现

## 三、营销活动策划方略

### 1、营销活动定位策划

- 1) 定主题
- 2) 定时间
- 3) 定调子

### 2、促销内容策划

- 1) 为什么要来参加活动
- 2) 为什么要现在购买
- 3) 为什么要多买
- 4) 为什么要介绍朋友来买

### 3、活动造势策划

- 1) 人员之势
- 2) 线上之势
- 3) 外围之势
- 4) 现场之势

### 4、精准集客策划

- 1) 客户来源
- 2) 合作伙伴
- 3) 集客话术
- 4) 奖惩考核

## 四、营销活动的实施

- 1、人员的管理
- 2、物料的准备
- 3、奖惩机制的执行
- 4、执行环节的把控