

# 旅游产品策划与营销

## 课程背景：

1. 旅游产品单一，业绩下降。
2. 传统营销落后，导致业绩下滑
3. 各大平台冲击线下市场
4. 员工思维保守，有待更新与突破
5. 内循环下如何有效开展旅游业务，成为第一任务

## 课程交付：

1. 现场设计出接近市场需求的落地产品
2. 学会分析与处理各种产品产生的市场问题
3. 改变营销观念与意识，培养创新思维
4. 掌握多种营销模式，学会新营销应对方法
5. 学会多种工具应用，解决实际问题

## 上课形式：讲授法与行动学习法

在知识与技术讲授后，在课堂上引导学员设计出自己所负责的产品，直接可以落地应用到市场中。

**课时：**1天（6小时）

**学员：**旅行社营销人员

## 课纲

### 一、 破冰

1. 你眼中的客户，与客户眼中的你！
2. 说说现在的公司、市场出现的问题

上课形式：画思维导图研讨

### 二、 客户需求本质分析

学员根据现有客户情况，分组画出自己公司产品水产品和旅游产品的客户画像

1. 画图分析客户来源
  - 1) 线上客户
  - 2) 线下客户
2. 客户性格分析
3. 当地人喜好
4. 产品价格与客户消费能力

上课形式：学员分组。用工具学习并讨论，总结出公司客户需求本质

### 三、 本公司或个人有哪些独特资源

1. 低于市场底价
2. 一手或独家资源
3. 特殊销售渠道
4. 网红产品

上课形式：引导学员分析本公司独特优势，找到核心价值

### 四、 问题分析与解决

本课以工具分析为主，在课堂上以旅行社实际情况为案例场景设计，帮助员工提升在设计后尽快落地能力。

1. 假设产品推出市场后出现问题
  - 1) 销售不出去，叫好不叫座
  - 2) 产品价格过低，有亏损
  - 3) 产品设计出现问题
  - 4) 市场其他原因，导致产品卖不出去
2. 问题原因分析
3. 问题解决

## 五、 营销理论

依据营销理论，学员现场设计自己产品的营销模型

1. 营销与创新思维关系
  - 1) 企业盈利模式：创新+营销
  - 2) 创新思维路径
  - 3) 激励员工创造最佳绩效
  - 4) 练习：分析本公司营销策划与创新能力
2. 营销诱因与情绪传播
  - 1) 营销诱因
  - 2) 营销情绪传播规律
3. 故事营销
  - 1) 故事营销搭建逻辑
  - 2) 故事传播价值

## 六、 复盘与设计

1. 绘制本企业营销规划图
2. 点评与分析