

旅游地产狼性营销

课程背景：

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

课时：1天（6小时）

学员：营销相关

上课形式：讲授法与行动学习法

课纲

一、 狼性文化的解读与启示

1. 什么是狼性文化？
2. 狼性文化对团队建设的影响。
3. 如何借鉴狼性文化，提升团队执行力？

二、 狼性团队的建设与自我管理

1. 如何构建高效的狼性团队？
2. 狼性团队成员的自我管理技巧。
3. 如何激发团队成员的执行热情和工作责任感？

三、 客户需求本质分析

（一） 画图分析客户来源

1. 线上客户

2. 线下客户

(二) 客户性格分析

(三) 当地人喜好

(四) 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

四、 本公司或个人有哪些独特资源

(一) 低于市场底价

(二) 一手或独家资源

(三) 特殊销售渠道

(四) 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

(一) 线上营销战略定位

1. 线上营销概述

1) 线上营销概念、特质、员工定位

2) 线上营销六大模式

3) 线上营销价值链

2. 线上营销渠道建立模式

1) 传播路径

2) 企业非营销部门资源整合

3) 从市场营销向社会营销模式转变

练习：设计本企业线上营销战略

(二) 私域营销创消费

1. 运营框架
2. 流量引入
 - 1) 广告流量
 - 2) 内容流量
 - 3) 度假区自带流量
3. 流量运营
 - 1) 内容运营
 - a) 公众号
 - b) 社群
 - c) 视频内容
 - 2) 活动运营
 - a) 直播
 - b) 促销
 - c) 拼团
 - d) 新品
 - e) 线下活动
 - 3) 数据化运营
 - a) 用户分层
 - b) 分类标签
4. 交易转化
 - 1) 兴趣了解
 - 2) 激发需求
 - 3) 建立信任

- 4) 行动成本
- 5. 分享裂变
- 6. 老顾客复购

(三) 故事营销

- 1. 故事营销搭建逻辑
- 2. 故事传播价值

(四) 营销技能训练

- 1. 客户买单心理分析
- 2. 目标客户群体定位
- 3. 高效沟通与谈判技巧
- 4. 服务礼仪与营销
- 3. 复盘与设计

- 1. 绘制本企业营销规划图
- 2. 点评与分析

课程内容仅为通用类内容，可以根据企业具体情况进行调整。同时，课程以案例教学为主，在每一章节都会涉及大量案例及练习，让学员随堂掌握。