

# 《营销全视角：整合传播策略与品牌成长》

主讲：金天野老师

## 【课程背景】

1. 多元化传播环境：介绍当前传播环境的特点及对企业营销的挑战。
2. 整合营销传播的升级：探讨新技术发展与传统思维更新对整合营销传播的影响。
3. 实战案例的重要性：强调通过实战案例学习理论的实践价值。

## 【课程收益】

1. 营销策略设计：分析营销环境，设计有效的整合营销策略。
2. 品牌知名度提升：利用整合营销传播计划提高企业品牌知名度与影响力。
3. 客户分析能力：运用数据分析、客户分析等手段完成营销检讨工作。
4. 沟通技巧构建：帮助学员构建健康、高效的营销与沟通技巧。
5. 前瞻视野：洞察时代趋势，培养具有前瞻性的营销视野。
6. 实战能力：提升学员的整合营销传播实战能力。
7. 健康沟通：构建更加健康、高效的营销沟通技巧。

## 【课程对象】

1. 营销策划职业经理人：适用于企业营销策划、企划、市场推广等岗位。
2. 市场推广人员：希望提升整合营销技能的市场推广专业人员。

## 【课程时长】

1.5-2天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 第一篇 理论篇

#### 第一章：新时代的营销理念构建

##### 4P4C4E5R 理论传承与革新

- 4P 理论的建立基础
- 4C 模型与 4P 的关联
- 4E 与 5R 的革新与发展

##### 营销的形成

- 营销的定义与组成部分
- 目标营销的概念

##### 整合营销概念

- 五大主题
- 内外关系
- 计划及执行案例分析

#### 第二章：品牌营销

##### 品牌解构

- 品牌定义
- 中国市场品牌运作发展

##### 品牌构建

- 定位、包装、推广与维护

##### 品牌运营

- 品牌传播成本降低
- 消费者购买动机

### **第三章：客户分析**

#### 市场细分

- 细分的意义与标准
- 基于购买与服务的细分
- 市场应用的细分

#### 客户分析及对策

- 忠诚、摇摆、新兴、竞争者客户的对策

### **第二篇 实战篇**

### **第四章 高效沟通技巧**

#### 沟通模型

- 编码方、解码方、沟通渠道

#### 提升编码逻辑

- 金字塔原理的运用
- 编码逻辑公式

#### 确保解码有效

- 有效提问技巧
- 问题逻辑衔接

#### 优化沟通渠道

- 渠道与时机选择
- 非语言沟通的重要性

### **第五章 实战中的顾问式销售技巧**

#### 顾问式销售基础

- 与传统销售的区别
- 销售心态与客户行为动机

#### 顾问式销售心态

- 狼性法则
- 信赖感建立
- 毕马龙效应应用

#### 顾问式销售实战技术

- 客户管理档案建立
- 初次约见信赖感建立
- 客户需求了解
- 产品价值塑造
- 与竞争对手比较
- 排除客户抗拒点