

企业战争地图

【课程背景】：

企业想要达到市场营销目标，但在经营过程中，却遇到各种问题。如何解决战争问题成为企业最关注的：

- 想要公司实力雄厚，做大规模，却本小利微，不见起色。
- 想要业务齐头并进，行业前茅，却举步维艰，画地为牢。
- 想要持续获得盈利，全体满意，却事与愿违，财运不济。
- 想要打造金字招牌，百年传承，却鲜有人知，寂寂无名。
- 想要产品声名远播，人流汇集，却绞尽脑汁，不见成效，
- 要想业绩手到擒来，攻无不克，却缺少体系，销售乏力。
- 想要用户分层管理，不同举措，却混为一谈，粗枝大叶。
- 想要订单步步为营，洞若观火，却杂乱无章，东差西错。
- 想要营收了如指掌，精准施策，却糊里糊涂，吞下苦果。

【课时】：3天2晚

【课程收益】

- 1 大材小用：用大炮打蚊子的实力 穿透营销
- 2 量体裁衣：采取分类细化 向对手精准打击
- 3 步步紧逼：环环相扣 对用户进行深度剖析

【课程大纲】：

一、企业壮大发展规模的目标拆解

- 1 如何拆解企业流动资产、长期资产及其它资产的资产目标
- 2 如何拆解员工数量的增加、减少以及优化比例的人数目标
- 3 如何拆解企业根据同比、环比和定比相应增长的营收目标

二、企业扩大经营范围的目标调整

- 1 如何调整企业总体市场份额、目标市场份额和相对市场份额
- 2 如何调整企业独家分销、选择分销和密集分销的市场覆盖数量
- 3 如何调整企业产品的投放种类、销售额以及产品销售数量

三、企业放大经营效益的目标达成

- 1 如何确定各业务模块利润、经营预算和成本分摊目标
- 2 如何考虑企业需缴纳的各种税费进行避税与减税的目标
- 3 如何优化调整股东、高管、员工的收入与福利的目标

四、做好企业品牌推广实现营销竞争中的领先

- 1 如何梳理出产品的基础、升级和深层次的价值主张
- 2 如何在行业排名、经营状态或自身特质中找准产品定位
- 3 如何在广告推广中选择切入点、聚焦价值点、建立信任点

五、做好企业产品传播获取营销所需的巨大流量

- 1 如何博眼球、抓重点、快速抢占用户心智
- 2 如何激发用户欲望、赢得信赖与号召用户行动
- 3 如何选择渠道分布、整体统筹与做好投放策略

六、做好企业用户收割建立强大的营销业绩管道

- 1 如何进行活动主题定向、方案策划与业绩爆破
- 2 如何建立用户咨询体验、消费体验和售后体验

3 如何维护用户的情感账户、利益账户与专属账户

七、分析用户数据，优化业务开展的实现动作

1 如何进行新用户数据的分析，加强流量拉新

2 如何进行老用户数据的分析，促进用户活跃

3 如何进行会员用户数据分析，保持留存和进行挽回

八、分析订单数据，优化业绩的实现流程

1 如何进行商品询价的分析，刺激咨询量的增加

2 如何进行订单审核的分析，减少订单的中间流失

3 如何进行合同签订的分析，确保订单的有效转化

九、分析营收数据，增加业务的效率效益

1 如何进行定金的数据分析，锁定更多意向客户

2 如何进行结算的数据分析，增加现金快速回收

3 如何进行回款的数据分析，鉴别优质用户追销