

和时代同行的绿色营销

【课程背景】

营销是一个企业的产品 IP，好的营销在创造效益的同时为企业带来良好声誉，甚至成为企业的性格，绿色营销是近年来营销战略的一个新的突破点，帮助企业千变万化的销售技巧中独树一帜，但是部分企业在营销策略中表里不一，不仅没有收获好评，却得到消费者质疑，常见的情况如下：

- 绿色口号喊得震天，产品和口号不匹配
- 仅在包装上加绿色元素，包装用料不绿色、不环保
- 营销手段绿色，产品开发针对客层不准确
- 营销目标不明确，为了绿色而绿色
- 方法没有创新，仅仅在做步骤重复
- 企业没有绿色文化，调高和寡

这是因为绿色仅仅是企业领导或者是营销团队的口号，没有把“绿色”作为战略的指导方针，思想和现实两张皮，营销口号和产品性能两个类型。

本课程以绿色营销的根本概念为基础，不断延伸绿色营销的概念，系统化剖析绿色营销的营销体系，引入大量绿色营销的成功案例，从产品出发定位，从客户管理出发，从优质服务出发，落点于创新和未来，从而让受训者不仅仅能从绿色做营销，更能将绿色转化为企业的一种文化和发展战略，响应十八大以来习总书记提到的：绿水青山就是金山银山。

【课程收益】

1. 掌握绿色营销的概念体系
2. 掌握绿色营销实施的影响因素

3. 掌握绿色营销的模式
4. 掌握绿色营销和传统营销的区别
5. 了解绿色营销的经典案例
6. 了解营销创新的技能和方法

【授课形式】

70%讲授+20%研讨+10%案例分析

【适用范围】

1. 公司企划人员
2. 公司销售人员
3. 公司管理团队

【课程时长】

1天（每天6小时）

【课程大纲】

1. 从销售到绿色营销

- 1.1 绿色营销的内涵
- 1.2 绿色营销的性质和特征
- 1.3 绿色营和传统营销的区别
- 1.4 绿色营销的意义

1.5 绿色营销的相关概念及理论

- 1.5.1 绿色产业介绍
- 1.5.2 绿色企业的基本内涵
- 1.5.3 绿色管理体系

1.5.4 绿色营销的基本经济范畴

2. 绿色营销如何实施

2.1 绿色营销和生态经济的关系

2.2 实施绿色营销的影响因素

2.2.1 消费者和绿色营销

2.2.2 我国绿色消费者分析

2.3 企业对绿色营销实施的作用

2.4 绿色营销的模式

2.4.1 绿色营销的基本流程

2.4.2 绿色价值创造过程

2.4.3 绿色营销的品牌战略

2.4.4 绿色营销模式划及演进规律

3. 绿色营销策略研究

3.1 绿色营销的价格策略

3.1.1 绿色产品价格

3.1.2 绿色价格形成原则

3.1.3 绿色营销常见定价策略

3.2 绿色产品分销渠道策略

3.2.1 绿色分销渠道的作用及其特征

3.2.2 发展绿色营销面临的渠道难题

3.3 绿色产品促销策略

3.4 绿色营销的公益策略

4.绿色营销创新

4.1 绿色营销销售观念的树立

4.2 绿色产品设计过程

4.3 打造绿色供应链

4.4 绿色营销策略组合

4.5 政府采购和绿色营销

4.6 绿色企业和未来市场