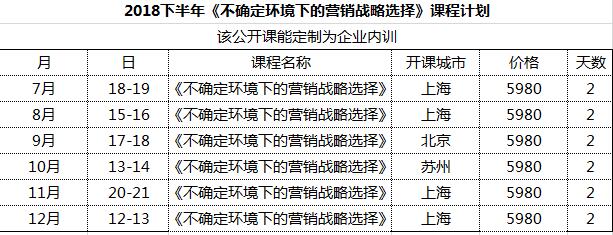
**前 言**

* 为今天工作成绩优异而努力学习，为明天事业腾飞培训学习以蓄能！是企业对员工培训的意愿，是学员参加学习培训的动力，亦是蓝草企业孜孜不倦追求的目标。
* 蓝草企业提供的训练培训课程以满足初级、中级、中高级的学员（含企业采购标的），通过蓝草企业精心准备的课程，学习达成当前岗位知识与技能；晋升岗位所需知识与技能； 蓝草企业课程注意突出实战性、技能型领域的应用型课程；特别关注新技术、新渠道、新知识创新型知识课程。
* 蓝草企业坚定认为，卓越的训练培训是获得知识的绝佳路径，但也应是学员快乐的旅程，**蓝草企业的口号是：为快乐而培训 为培训更快乐！**
* 蓝草企业为实现上述目标，为培训机构、培训学员提供了多种形式的优惠和增值快乐的政策和手段，恭请致电13601837936，了解详情。



* 2018年蓝草企业特别为学员终端客户推出“快乐Plus大礼包”政策（适用范围）
* 1.2人以上（含2人）同时报名，享受实际报价的90%。
* 2.5人以上（含5人）同时报名，享受实际报价的80%。
* 3.学员学习期间可以得到“快乐培训增值礼”
* 报名学习蓝草企业的培训等学员可以申请免费成为“蓝草club”会员，会员可以免费参加（某些活动只收取成本费用）蓝草club定期不定期举办活动，如联谊会、读书会、品鉴会等。
* 报名学习蓝草企业培训的学员可以自愿参加蓝草企业“蓝草朋友圈”，分享来自全国各地、多行业多领域的多方面资源，感受朋友们的成功快乐。
* 培训成绩合格的学员获颁培训结业证书，某些课程可以获得国内知名大学颁发的证书（学员承担成本费用）
* 成为“蓝草club”会员的学员，报名参加另外蓝草举办的培训课程的，可以享受该培训课程9折优惠。
* 4.学员学习期间可以得到“快乐Plus大礼包”
* 免费中午营养午餐
* 可获课件（PDF版）及教材
* 培训期间学习态度认真的，并表现优异可有机会获得奖学金
* 来临授课城市外地学员，享受当地旅游观光费用补贴（价值100元）
* 蓝草企业：为快乐培训 为培训更快乐！
* 未尽事宜，恭请致电13601837936，了解详情。

**课程收益：**

1.认知市场营销的核心观念与营销思潮的演进；

2.了解从市场细分、目标市场、市场定位到营销战略的STP营销轴线；

3.熟悉品牌资产及建设强势品牌的基础；

4.细部探讨营销战略的产品、价格、渠道与推广战略；

5.掌握顾问式销售的原则与流程；

6.理解全面营销与全员营销的必要性。

**课程目标：**

通过培训让学员：

1.掌握市场营销的基本知识和技巧;

2.懂得市场营销的流程和规则;

3.针对市场业务做有的放矢言而有物;

4.在激烈的市场竞争中助力企业的发展和进步。

**授课时间：**6小时/天，2天。

**授课对象：**企业老板、营销总监、营销经理

**授课方式：**

以学员为中心，掌握成人学习特点：运用模型架构、知识演绎、经验总结、案例讨论、问卷量表、工具操作等方式，让学员在互动之中，得到启发与激励，本课程重在实战，除掌握关键知识结构与流程方法工具外，并可即学即用，以解决日常工作难题，提升工作效益。

**课程大纲**

**第一讲：互联网+下的市场营销**

1.新技术、新经济、新思维、新模式

2.互联网+浪潮冲击下的变与不变

**案例分析：**Uber与滴滴

**第二讲：理解营销——市场、顾客与价值**

1.市场营销重要吗？

2.市场是什么？

3.顾客在哪里？

4.客户需求

5.交易与交换

6.从细分市场到目标市场到定位（STP）

7.定位：资源稀缺与差异化

8.营销核心观念

9.顾客价值:股东价值最大化

10.价值传递

11.什么是营销？

12.营销什么？

13.营销的演进：由公司主导到市场主导

14.什么是营销管理？

**案例分析：**华为

**第三讲：洞察营销——营销环境分析**

**一、宏观环境分析**

1.人口环境（H）

2.政治与法律环境（P）

3.经济环境（E）

4.社会文化环境（S）

5.技术环境（T）

6.自然环境（N）

**二、微观环境分析**

1.顾客分析

2.供应商分析

3.竞争者分析

4.营销中介分析

5.公众分析

**案例分析：**如何分析产品销售的市场环境？

**第四讲：联结顾客心智——定位、战略与顾客长期价值最大化**

1.创造顾客价值，顾客满意和顾客忠诚

2.顾客长期价值最大化

3.培养顾客关系

4.消费者市场分析

5.组织（企业）市场分析

6.识别细分市场

7.选择目标市场

8.市场定位

9.战略是什么？

10.从目标、战略到计划、方案

11.客户需求——营销战略的起点

12.营销战略设计——从顾客导向的视角

13.营销方案制定——从整合的观点

14.钻石定位模型与4P

15.4P、新4P、4C与4R

**案例分析：**

* 华为案例
* 如何进行市场细分？若何找到目标市场？

**第五讲：建设强势品牌**

1.品牌的重要性与概念

2.品牌元素

3.品牌价值与品牌资产

4.品牌资产金字塔模型

5.确认并塑造品牌定位

6.创立并建设品牌资产

7.衡量及管理品牌资产

8.设计品牌战略

9.差异化战略

10.产品生命周期营销战略

11.服务的品牌管理

**案例分析：**宝洁案例

**第六讲：价值原型——产品战略**

1.产品概念

2.产品和品牌关系

3.产品包装、标志、担保与保证

4.产品生命周期营销战略

5.进行新产品开发

**案例分析：**丰田

6.服务，另一种产品，的特性

7.管理服务质量

8.服务的营销战略

**案例分析：**西南航空

**第七讲：价值博弈：在公司与消费者间——价格战略**

1.理解定价：公司定价与消费者心理学的定价（影响定价的因素分析）

2.制定价格：（定价的基本策略）

3.修订价格

4.价格变动及企业对策

**案例分析：**eBay

**第八讲：价值传递——渠道战略**

1.营销渠道与价值网络

2.营销渠道的流程与作用

3.营销渠道策略

4.营销渠道建设：渠道结构的设计与渠道成员的选择

5.营销渠道的管理：渠道成员激励、权力控制、冲突解决、评估改进

6.批发与零售

7.厂商品牌与渠道品牌

8.互联网的冲击

9.去中间化与在中间化

10.物流及其他关键问题

11.渠道系统整合

**案例分析：**亚马逊

**第九讲：价值传播——促销战略**

1.传播模型

2.品牌资产与营销传播

3.开发有效传播

4.营销传播组合决策选择

5.大众传播的管理：广告方案、销售促进、事件体验与公共关系

6.传播载体——媒体选择

7.广告选择策略

8.销售促进选择策略

9.事件与体验选择策略

10.公共关系选择策略

11.整合营销传播的管理

**案例分析：**维京集团

**第十讲：上帝与天使的心理游戏（GameTheory）——人员销售（Selling）**

1.客户是上帝，销售是最接近上帝的天使

2.销售：上帝与天使的非零和心理博弈

3.整体解决方案交付-顾问式销售

4.双赢：长期合作的硬道理

5.AIDA

6.购买决策五阶段模型

7.顾客导向的销售四原则

8.顾问式的销售流程

9.关系

**案例分析：**产品销售技巧

**第十一讲：面向未来的营销**

1.导入新市场供应品

2.国际营销

3.整合营销

4.关系营销

5.社会责任营销

**案例分析：**星巴克、微软

**第十二讲：总结**

**案例分析：**营销考评——差劲vs杰出

1.全面营销

2.全员营销

3.企业最有价值的活动：营销与创新

4.不行销就死亡（MarketingorDie）

**实战型能落地营销/管理专家-张文升讲师介绍**

滨江双创联盟理事长；营销新理论“迎销理论”创立者；天津财经大学客座教授；上海蓝草企业管理咨询有限公司首席研究员；北京维沃联合品牌设计顾问有限公司总经理；多家知名企业特聘高级管理顾问；专著《迎销－大数据时代的营销出路》

张老师1991年南开大学硕士毕业后在南开大学任教，后进入企业界长期服务于国际国内著名企业集团和上市公司如可口可乐有限公司、华润集团、上海罗莱家用纺织品有限公司（中国家纺领军企业，上市公司）担任总监、常务副总经理、总经理等高级管理职务，在著名外资企业、特大型国有企业、大型民营企业等类型以及海外企业的历练，深刻理解了多种企业类型的运作方略和多元化的企业文化建设战略与策略。张老师多年在企业管理、公司战略规划、市场营销、品牌建设、员工管理、绩效考核、上市公司等等方面有着丰富的实践经验；深刻理解了东西方管理精髓。听张老师上课，可以聆听他的职场经历，分享他的成绩，如何建立可口可乐的多渠道市场；如何让罗莱家纺在市场成为第一的故事；如何让香榭里纺织品成为业界领先者；如何在海外营销及客服经历，干货多多！

**擅长领域**：战略管理 /领导力系列 / 经典营销 /新营销 /大数据营销

**授课风格：** 广大的学员认为授课风格为：幽默风趣、条理清晰、实战、理论联系实际。

具备独立知识产权的独特课程，为国内培训课程系列中罕见。

《迎销－大数据时代营销思维与实战》

《总经理视角下的营销管理》

《财务体系人员的营销管理》

《电子商务品牌成功之路－塑造高情商品牌》

《互联网时代下的品牌引爆》

《互联网＋运营创新》

《精准数据营销实战》

《卓越营销实战－企业成功源于成功的营销策划》

《卓越营销实战－新营销时代新促销设计与执行》

《卓越营销实战之打造双赢客户－关系营销》

《卓越客户服务及实战》

《海外市场客服及实务》

《金牌店长全能训练》

《新时代会员管理实战训练》

等等课程

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单 位 名 称:** | |  | | | | | | |
| **联系人姓名:** | |  | | | **部门/职务:** | |  | |
| **手 机:** | |  | | | **E-mail:** | |  | |
| **Q Q:** | |  | | | **微 信:** | |  | |
| **业务性质：** | |  | | | **企业规模/人数：** | |  | |
| **培 训 学 员 信 息** | | | | | | | | |
| **姓 名** | **性 别** | | **职 位** | **手 机** | | **E-mail** | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
|  |  | |  |  | |  | | |
| **缴费方式** | □ 转帐 □ 现金 （请选择 在□打√） | | | | | **金 额** | |  |
| **费用总计** | ￥ 元　（共 人参会） | | | | | | | |
| **住宿要求** | 预定：双人房\_\_\_间；单人房\_\_\_间，住宿时间：\_\_ 月 \_\_ 至 \_\_ 日 (不用预定请留空) | | | | | | | |

（需要预定住宿的请参考我司课程《确认函》中的住宿酒店信息）

注意：

→ 请将报名表填写完整，发至我方即可。我方收到报名表后，将以电话、传真或E-mail等方式确认收到报名表。

→ 请在培训之前三个工作日内将报名表回传,课前一周另行发送详细会务安排

→ 本课程可针对企业需求，上门服务，组织内训，欢迎咨询。

→ 请参会学员准备一盒名片,以便学员间交流学习。

→ 请准备几个工作中遇到的问题以便进行讨论。

此表所填信息仅用于招生工作，对所填写的客户信息，我司严格保密，如需参加请填写回传给我们，以便及时为您安排会务并发确认函，谢谢支持！