公司，诚邀贵单位参与《营销战略》课程！

**预约官网：www.timesmba.com**

**《营销战略》**

**【培训时间】**6月19-20日

**【培训对象】**营销总经理/副总、市场总监、大区经理、营销经理/总监等中高层管理者

**【课程费用**】3800元/人

**【报名咨询】**艾老师13924220993

**主讲老师：张老师**

* 世界营销之父菲利普·科特勒中国传承人；
* 互联网营销新思维的倡导者和传播者；
* 擅长互联网思维、营销战略、人工智能；
* 中国第一代互联网先锋，原中华创业网CEO；
* 科特勒营销集团中国创始团队成员；
* 清华大学、浙江大学、复旦大学、厦门大学等商学院客座教授；
* 《商界评论》专栏作家；

**课程价值**

中国市场已经从供不应求的卖方市场转向了初步供过于求的买方市场，中国企业正面临着如下市场挑战：客户竞争将越来越激烈、用户购买战略产品的选择余地不断增大、用户的侃价能力不断提高、客户ARPU值不断下降、新业务增长劲头不足、业务收入持续增长压力较大等等。中国企业应对这些市场挑战的重要策略之一就是通过实施营销再造，创建以市场为导向、以客户为中心、以效益为目标的新的战略营销管理体系，培育出具有竞争优势的且可持续的营销能力。

提升营销战略能力是中国企业提高客户价值和加强客户关系的根本所在，为了提高客户价值和加强客户关系，企业必须再造企业营销管理模式，由以产品为中心转向以客户为中心的营销战略，努力提升企业对客户在售前、售中和售后的营销能力。

**课程大纲**

一、市场营销战略之基本认识

二、市场营销管理的目标

三、市场经营环境分析

四、行业结构分析

五、企业的一般战略

六、企业的成长战略

七、市场营销战略与战术的规划

八、市场购买行为分析

九、市场细分

十、瞄准正确的细分市场：目标市场选择

十一、市场定位：细分之后的故事

十二、市场营销4Ps组合

十三、市场品牌策略

十四、市场营销4Ps组合之产品策略

十五、新产品开发

十六、市场营销4Ps组合之价格策略

十七、价格营销技巧

十八、市场营销4Ps组合之渠道策略

十九、中国企业渠道管理追求的目标

二十、市场营销4Ps组合之推广（促销）策略

二十一、特别案例分析