

# 9月23-25日工业品营销高层研修系列

产品名称	9月23-25日工业品营销高层研修系列
公司名称	上海灵希文化传播股份有限公司
价格	3600.00/人
规格参数	营销战略:营销战略 品牌推广:品牌推广 营销管控:营销管控
公司地址	上海市嘉定区安亭镇墨玉路185号1幢1506室
联系电话	021-68885005 17621681295

## 产品详情

【9月23-25日】工业品营销高层研修系列—营销战略/品牌推广/营销管控/高层公关/打造团队/突破瓶颈

### 第一阶段课程大纲

#### 工业品战略营销新模式

第一章 工业品战略营销新模式--4E理论 1.市场营销发展的理论 2.4P的诞生 3.4P产生的困惑  
4.4P\*4E 5.4E在工业品营销的价值 6.4E对工业品营销的指导原则 第二章  
项目营销是工业品4E理论的组织基石 1.工业品是以B TO B的方式来营销，以生产资料为特征  
2.项目性营销的业务流程图与项目性营销的组织架构 3.项目性团队的考核绩效与薪酬设计  
4.项目性团队对工作的价值体现 第三章 价值营销是工业品4E理论的核心卖点  
1.完整产品的三个核心 2.塑造价值是工业品营销的核心 3.挖掘增值服务来创造价值  
4.品牌是价值一直的动力 第四章 短渠道是工业品4E理论的推广通路 1.渠道发展的原则；  
广、深、宽 2.快速消费品营销渠道：代理商、经销商、总代理商等  
3.工业品营销因为目标客户比较分散；故渠道应该：短、浅、窄 4.工业品渠道表现形式  
5.工业品----缩短渠道，提升客户价值，建立忠诚度 第五章 美誉度是工业品4E理论的包装精髓  
1.快速消费品市场促销的方式 2.工业品营销 3.美誉度塑造信任感

#### 工业品品牌战略与区域市场开发

第一章 企业品牌运营现状分析 1.传统制造业面临的低利润竞争挑战  
2.客户采购模式和采购价值关的变化分析 3.传统企业品牌建设的困惑 案例: 徐工的品牌建设

第二章 品牌营销的企业价值 1.品牌带来的四大溢价能力 2.通过产品的价值实现品牌溢价  
3.品牌营销的五部曲 案例：格力的品牌运营

第三章 区域市场分析与品牌竞争战略 1.市场调研与行业分析 2.市场竞争优势的SWOT分析  
3.细分市场与卡位战略 4.制定有效营销策略

第四章 品牌定位（重点） 1.品牌定位的市场价值 2.提炼品牌核心价值实现的企业目标  
3.品牌核心价值的三个层面 案例：如何提炼企业的使用价值 4.情感价值和象征价值？ 5.品牌定位实操  
6.抢先定位法（案例） 7.关联占位法（案例） 8.切割占位法（案例） 第五章 品牌传播（重点）  
1.品牌传播的三种思路与模式 案例：招商银行奥运信用卡 案例：ABB的品牌展览体验  
2.品牌建立并塑造的步骤 3.品牌推广的5大方法

第六章 互联网品牌传播与促销 案例：美的品牌的互联网营销 第七章 工业品品牌营销的7大推广武器  
1.品牌促销交流会 2.行业展会 3.产品的推广活动 4.公共关系营销 5.事件关联营销 6.口碑营销  
7.专业媒体广告 案例：华为的“一五一”工程 第八章 品牌的延伸与维护 1.品牌延伸的“T”型战略  
2.品牌延伸的前提条件 案例：美国西南航空公司案例 3.品牌的危机意识与危机管理 4.投诉管理  
案例：惠普品牌投诉管理 总结：品牌构建流程 案例：家电品牌区域市场成功营销案例

## 工业品营销业务管控与运营管控

第一章 如何破解营销管理过程中的八大困惑 1.销售业务流程管控的八大困惑  
2.如何突破销售人员成长的瓶颈 3.如何建立人才压模体系促进销售人才快速成长  
案例：ABB的营销管控系统 第二章 建立业务流程管控系统提升企业的成单率  
1.项目操作的推进的业务流程 2.大客户9层级的业务管理体系  
案例分析:分析大客户开发的里程碑，目前客户开发卡在哪儿？ 3.项目开发的9层级业务管理体系  
案例：“老奸巨猾”的采购 如何搞定? 分析项目目前卡在哪儿？ 4.梳理适合于我们企业的业务流程体系  
分析讨论：我们推进项目的每一个阶段里程碑、任务清单是什么？ 第三章 客户风险与项目风险管控  
1.不同类型客户的价值分析 2.如何对客户进行分类管理？ 3.针对三类不同价值需求的客户如何应对？  
分析讨论：如何从10个维度对我所管理的客户进行资源分类管理  
4.如何按照合作阶段对客户进行分阶段管控

第四章 项目的诊断分析与竞争策略 1.大客户运作的思路分析 2.由上往下的项目运作方法---双螺旋法则  
3.由下往上的项目运作方法---爬楼梯法则 4.如何协助员工完成高层突围 5.项目在线六步分析法  
案例研讨：如何利用六步分析法分析案例？ 第五章 利用业务管控体系进行有效的销售管理 案例管理

1.案例编制要求 2.案例分享培训的方法 市场信息管理 1) 销售部门日常管理报表 2) 如何进行信息分析  
如何利用业务管控系统进行项 过程推进和考核 1) 项目推进的节点识别 2) 考核与进度评估  
3) 拜访记录的识别与评估 如何利用业务管控系统进行生产预测 1) 业务管控系统PSM  
2) 如何利用系统分析销售进展