

玩转促销：消费者促销活动策划

产品名称	玩转促销：消费者促销活动策划
公司名称	杭州石屹企业管理咨询咨询有限公司
价格	30000.00/个
规格参数	
公司地址	滨江区
联系电话	0571-28284042 13221012602

产品详情

《玩转促销：消费者促销活动策划与实施》为什么现在的消费者对促销越来越无动于衷？为什么促销方案很难落地？为什么市场部与销售部都不愿为促销效果负责？为什么促销一停销量马上就下滑？……课程背景：每年我们都会组织形式多样的活动，对于很多不成功的活动，我们往往并不了解是哪个环节出了问题，下次做活动时又是一次轰轰烈烈，又是一次全民运动，结果发现产出少的可怜，一旦经费不足，结果更是悲惨，也许真不知道怎么做活动。难道活动效果真的只有钱多才能砸的出来？费用不足，真就作不了活动？本课程最适合在活动开展前2个月，或全年活动安排前3个月培训目标：1.

提升学员促销方案的设计与策划能力 2. 提升营销人员的促销方案的执行和过程管理能力培训对象：品牌企业市场部、销售部人员，经销商老板及业务经理培训形式：课堂讲授、案例分析、小组研讨等启发式、互动教学培训时间：完整版12小时，即贰天 [精简版6小时，即壹天]课程大纲：引子：促销丰富了商业氛围第一节 消费者促销策略与规划一、消费者促销的策略思想1、动态调整，灵活运用2、充分整合各种营销手段3、参与简单，操作性强4、促销主题富有创意5、与品牌形象保持一致二、促销战术设计——消费者促销最终目的都是为了“扩大需求” 1、吸引新顾客的促销战术2、提高顾客购买量的促销战术3、提高顾客购买频率的促销战术4、提高顾客忠诚度的促销战术三、制定消费者促销的策略性规划1、分析环境（商业环境、消费者、竞争对手等）2、发现机会（产品、形式、时机等）3、促销设计（方案、目的、费用等）4、落地执行（前期、中期、后期等）第二节、消费者促销方案设计一、促销方案的策划原则：目的性、可执行性、体现过程管理……二、促销方案系统制定要素评析1、促销目的2、促销主题3、促销产品4、促销档期5、促销地点6、促销形式7、促销宣传8、促销的执行办法与步骤9、促销费用预算及效果预测10、细节要求：执行人安排及过程管控、评估标准研讨：常见的促销形式分析：价格、赠品、人员、演艺、有奖、体验、联合……第三节、促销方案的高效执行一、促销方案的有效沟通1、促销活动的内部沟通（市场部与销售部，总部与区域，上级与下级等）2、促销活动的外部沟通（与经销商客户，与商超门店等）二、促销方案落地的沟通与谈判1、沟通，是一种态度而非技巧2、介绍方案的方法3、讨价还价4、获取承诺三、促销前的准备1、促销各项工作的点检（物料准备、场地、陈列位等）2、促销订单的管理3、促销人员招募和培训四、高效的促销过程管理1、促销产品及物料的管理2、促销活动的现场监控3、促销执行过程中的督导4、促销的费用控制5、促销效果的评估（定性/定量评估，结果/过程评估等）最后，学员疑难问题破解；小组优秀案例分享