

逆势增长：聚焦营销策略实操

标准课程时长： 2天

内容提要：

模块一 重回“增长”：整合模式与延伸模式的重大应用差别

1. 业务增长的基本条件和路径 案例学习
2. 增长的营销刺激要素和具体执行行为特征
3. 延伸模式与复合模式的本质区别 行业案例区别
4. 延伸模式的利润规模效应与市场局限
5. 复合模式的长尾效应与敏捷综合效能

模块二 行业增长潜质的评估与制约要素分析

1. 行业增长潜质
 - a) 基本需求面
 - b). 产业状况与行业购买决策
 - c). 战略要素变化趋势与现有营销模式的冲突
2. 长期增长模式的营销操作
 - a). 模式既定，但是操作未知：如何规避操作风险
 - b). 增长限制的营销突围策略
 - c). 人员能力与管理系统的限制与突破

模块三 营销价值获取设计与实操

1. 营销价值分析：保证你的营销价值得到充分组织认同
2. 营销价值到业务（销售）价值的转化路径
3. 营销人员与组织的设计基本原则
4. 营销价值体系的行业案例实操设计