

# 营销创新与服务标杆建设

## 课程介绍

**主讲：**陈泓冰

**培训对象：**营销部门负责人、基层骨干

**课程目的：**

本课程强调从观念上消除营销创新课程只是一种时髦的培训课程，创新与创标工作只是一项阶段性任务的错误认识，也消除了员工为培训而培训的学习态度，并区别了仅研究市场或销售技术的片面学习方式、和狭义的市场拓展管理的授课方式。通过营销创新思维模式的再造，从模仿其他行业营销手段到本行业营销创新的方法入手，注重全面整合改善，多方面资源的整合运用，把参训管理者甚至普通员工变成具有敏锐市场洞察力、服务创标思维能力的工作中的思想者、变革者、创新者。通过学习和利用工作中的问题案例、研讨如何掀起内部岗位创新热潮的文化管理工具，挖掘了公司发展的未开发潜能。将营销创新深化到专项创标管理、销售团队建设、直至全员岗位创标之中。在课程中，大量时间安排为现场研讨分析，自身案例挖掘，当场组织流程改善计划。以确保学员对营销创新管理方法能够全面了解，重点理解，对任何新开发的项目可以掌握指导操作能力，并对全员创标思想得到充分的认识，为全面高效发展创造了条件。

**课程时长：**每期 2 天（12-14 小时）

**课程大纲：**

**一、为什么营销需要变革？**

**二、饮料行业竞争者众多，我们怎么办？**

◆ 饮料行业营销与服务创新案例研讨

◆ 新的信息时代需要公司营销人员做什么？

**三、营销学的基础原理**

◆ 消费者行为模式与购买决策

◆ 公司的客户细分

◆ 营销的观念与市场调研方法

## 五、营销人员之惑——营销人员的工作难题

## 六、思路决定出路，出路贵在创新

◆ 营销人员的创新意识

案例分析：服务与商机

◆ 对标客户满意策略

◆ 渠道服务策略

## 七、营销人员如何做客户关系管理

案例：失去的客户

研讨：我们的客户关系处理改善

## 八、大客户市场开拓

1、跨行业对标——大客户策略

2、大客户开发研讨

3、大客户服务规范化建设

## 九、营销管理

1、“走出去”业务的组织

2、信息收集与反馈

3、管理要点与服务标杆建设