**差异化营销**

**2014年08月16-17日广东-中山**

**2014年09月27-28日江苏-常州**

**2014年12月20-21日浙江-宁波**

**学习投资：**6800元/人(包括培训、培训教材、场地费等)

===========================================================

**学员对象:** 销售代表、销售主管、销售经理、企业销售负责人

**培训收获：**销售员成长为狼型销售精英所需的全部销售知识

**联系方式：中企联企业培训网
咨询电话：010-62885261 传真：010-62885218
联 系 人：潘宏利 13051501222
电子邮箱：****phL568@163.com**

**网 址：**[**www.zqLpx.com**](http://www.zqLpx.com)

===========================================================

**课程目标：**
¬ 富裕意味着：透过微小的努力便获得巨大的成功；
¬ 贫穷意味着：付出巨大的努力却只获得极小的收获。
参会要求：如果你不具备以下12种条件及需求的人，请千万不要报名参加！！
¬ 企业的负责人
¬ 营销部门高层、营销副总
¬ 企业顾问行销名师
¬ 手中有最好的产品，想一夕成名的人
¬ 不想跟讨厌的竞争对手做价格上的竞争的人
¬ 渴望用最少的资源创造最高的货利及报酬的人

===========================================================

**课程大纲**

第一讲、差异营销——将同样产品卖出不同

Ø 产品的同质化是不可逆转的趋势

Ø 营销的根本任务就是将同样的产品卖出差异来

Ø 如何找到自己产品被接受的理由

Ø 如何让自己产品感性差异

Ø 如何让感性的力量使普通的产品与众不同

Ø 感性产品如何创造了被接受的独特空间

Ø 本节用案例介绍了如何进行感性差异

第二讲、品类差异化——实现以小搏大

Ø 如何让弱小的产品进行差异化营销

Ø 如何让自己产品的能量聚集于一点

Ø 如何改变你产品同竞争对手之间的强弱对比

Ø 如何不花钱就能使对手不怎么强，自己也不怎么弱

Ø 如何不花钱而真正实现以弱击强，以小搏大，以轻举重

本节介绍了怎样进行品类差异。

第三讲、市场差异化——复杂中实现成长

Ø 中国市场的四个基本特点，

Ø 区域差异化、渠道差异化

Ø 要做小池塘中大鱼、不要做大池塘中小鱼！

Ø 再小的企业也能够进行市场切割；

Ø 如何通过区域差异化实现敌我势力的扭转

Ø 如何通过渠道差异化实现销售的垂直增长。

Ø 小公司如何进行区域、渠道差异化调整，

Ø 大的企业如何进行市场差异化

第四讲、价值差异化——高效率构建品牌

Ø 中国企业现阶段的品牌问题和品牌误区，

Ø 品牌几乎与它们的竞争对手没有什么区别，却能高速增长？

Ø 品牌的本质和运作策略，

Ø 品牌是否进行了有效定位

Ø 阐述了高效构建品牌的方法。

第五讲、四两拨千斤的营销策略

Ø 如何正确做行销定位；

Ø 找到自己独特的卖点，让客户一辈子跟着你！

Ø 如何夺取市场份额中的大头。

Ø 如何迅速的发掘新的顾客。

Ø 如何不增加成本运用现有的客户及资源，创造十倍以上绩效！

Ø 如何创造更多的客户和让他们重复购买你的产品。

Ø 学会使抱怨，不满或失去联络的客户回笼，再度向你购买产品！

Ø 如何在一夜之间增加你的销售额。

第六讲、如何进行资源整合

Ø 如何激活你帐户上的“死”钱。

Ø 如何有效的整合→其他人的钱，

Ø 如何有效的整合→其他人的头脑，

Ø 如何有效的整合→其他人的资源，

Ø 如何有效的整合→其他人的经验，

Ø 如何有效的整合→其他人的人力。

Ø 如何确定竞争对手的弱点，并从中获利。

第七讲、如何低成本营销却倍增业绩策略

Ø 如何确定竞争对手的弱点，并从中获利。

Ø 如何以低时间成本、低资金成本来赢得利润

Ø 如何将一锤子买卖做成细水长流倍增业绩

Ø 如何向现有客户和潜在客户销售更多的产品。

Ø 如何通过再销售、混合销售和积极销售，从顾客中获取附加利润。

Ø 如何使你的事业市场价值翻倍，

Ø 如何让你的顾客乐意在你那花费更多的钱。

Ø 如何夺取在其他公司眼中无利可图的被低估的资产。

Ø 用最少的钱打广告，却让效果达到1200%的方法

Ø 如何让竞争对手帮你打广告

Ø 如何以零风险开拓有利可图的新市场。

Ø 如何让你的广告比你对手的更具吸引力，即使对方是当地规模最大的一家公司。

第七讲、营销执行——确保执行的四个系统

Ø 为什么工作没有按时完成？

Ø 为什么预定的目标总打了折扣？

Ø 组织力、个人能力究竟是什么？

Ø 如何有效提升这两种能力？

臧其超老师简介：
国内提出“狼性营销”的第一人
南京大学 MBA、英国牛津大学 国际经济硕士
国际数位教育联盟高级咨询师
创立过5家公司，担任过8家公司总经理，6家企业常年顾问
8年培训经历、内训企业近500家、学员近十万人
臧其超先生毕业于南京大学，获MBA 学位，曾创立过创立过5家公司，担任过8家公司总经理，6家企业常年顾问，曾经用2年时间带领中企公司从零到年营业额突破3000万，2年时间中企营销团队从三人发展到上千人；曾担任泰康人寿南京分公司营销总监、雅芳中国区营销总监、。擅长狼性营销管理和执行力方面课程。
成功案例： 曾在地产行业咨询过以万科、佳兆业、百仕达为代表的多家地产公司—狼性营销团队的绩效提升；曾在互联网IT领域咨询辅导3721公司3个月之内业绩30%；曾主导雅丝兰黛系列会议营销（招商会）成交一举突破亿元大关；
北京时代光华教育发展公司 总经理（华南区）、高级培训师
中国总裁培训网 常务副总裁兼营销事业部总经理高级培训师，
三七二一网络公司 营销事业部总经理、高级培训师。
世融房地产公司 营销事业部总经理、高级培训师。
深圳天下易通股份有限公司 董事
中企文化发展有限公司 总经理、高级讲师。
泰康人寿南京分公司 营销总监
雅芳中国区 营销总监

·实战+互动：培训深入浅出、案例丰富、互动性强见长、内容互动而非形式互动。
·学员反映：融理念、战略、技巧、案例为一体、生动、互动，学员爱听。
电信、邮政、网络及能源：
中国电信、广东移动、深圳移动、东莞移动、惠州移动、高明移动、佛山移动、湛江移动、中国联通南海分公司、广东省邮政东莞邮政局、广东省粤电集团、惠州供电局、广东省电信规划设计院、NEC移动通信有限公司、3721公司、雅虎、北纬华元、阿里巴巴等
汽车与物流：
东风雪铁龙、方向华晨、广州本田、广州德邦物流、中国外运广东有限公司、太古汽车、北汽集团、一汽大众等
消费品与服务业：
内蒙古蒙牛集团、九阳豆浆、广东吉之岛天贸百货、怡宝集团、苏州三元饭店、温州登月酒店、天使美容院、蓝月亮、广州雅芳公司、苏宁电器、广州天使丽等；
房地产与建材：
燕加隆实业、万科集团、金地地产、广州市城建总公司、兴业房地、广西协和房地产有限公司、广州时代发展集团、富力地产、百仕达集团、佳兆业、荣超地产；
银行、证券与保险：
中国人寿、泰康保险、平安保险、、广东发展银行、财富金融、平安银行、中国银行、北京市商业银行等；
制造业与工业：
清华源兴、长安新科、丽珠医药集团、雅来佛山制药、日立电梯、美的集团、西门子、SAMSUNG、厦华电子、东药集团、华北制药、圣大药业、圣象集团、内蒙古蒙牛集团、大宇重工、中国长城铝业集团公司、南玻集团等；
营销销售类：大客户销售技巧、颠峰销售激励、电话销售技巧、房地产销售经理管理实战特训班、高绩效销售团队建设与管理、沟通与说服技巧、顾问式销售技巧、经济危机下的—销售执行力、经济危机下—卓越销售团队管理、零售业——顾客消费心理、如何复制狼型销售精英、销售员的选育用留、专业谈判策略与技巧、卓越销售团队管理等
管理类：80后员工管理、沟通技巧、目标绩效管理、倾听员工心声—水性领导、卓越领导力提纲、打造高绩效团队、中层管理技能培训(MTP)、结果执行力、军队化执行力等

**联系方式：中企联企业培训网
咨询电话：010-62885261 传真：010-62885218
联 系 人：潘宏利 13051501222
电子邮箱：****phL568@163.com** **网 址：**[**www.zqLpx.com**](http://www.zqLpx.com)

**差异化营销**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 企业名称 |  | 网址及品牌 |  |
| 联系人信息 | 姓名 |  | 职位 |  | 电话 |  | 传真 |  |
| 手机 |  | E-MAIL： |
| 学员名单 | 姓 名 | 性 别 | 职 务 | 电 话 | 手 机 | 邮 箱 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 学费交纳 | □汇款 □现金 □支票（限北京） |
| 发票开具 |  抬 头：（ ） |
| 住宿代办 | □是 □否 数量及要求：（ ） |
| 票务代办 | □是 □否 数量及要求：（ ） |