

# 营销管理与创新实战 (CMO) 高端班

鼎力中国  
营销世界



数字时代，风云变幻，经济环境随之变化多端，致使企业亟待寻求新的发展方向和业务增长点；知己知彼，方能百战不殆，做为企业管理层更需审时度势，全方位系统学习数字化时代营销新理论，立足前沿与实战，激发营销创新灵感，本土化与国际化相碰撞，增强企业竞争力；

**“营销管理与创新实战 (CMO) 高端班”**（源自—清华大学实战营销总监 (CMO) 高端班）

让你与营销大师零距离沟通，品味高水平的思维盛宴，突破企业发展瓶颈，从而培养出在未来商战中基业长青的企业领航人！



## 课程收益

系统学习经典营销知识

激发营销创新灵感

缔造非凡营销业绩

拓展高端人脉资源

---

## 师资阵容

以清华、北大等世界名校资深教授；知名实战派营销专家；一流企业的营销高管为主力阵容

## 学习时间

学制一年，每两个月学习一次，每次三天

## 学习地点

北京 清华科技园

## 学习费用

RMB 29800元/人

(含学费、教材费、资料费、茶点等)

## 招生对象

董事长、总经理、营销总监、营销经理等企业营销中高层管理者



## 证书颁发

学员完成全部课程学习，并提交结业论文，经考核合格，颁发结业证书

# 营销17年学员分布简图



**32** 岁  
平均年龄

**80%** 中高层  
管理者

**63.9%** 专科及  
以上学历

**20%** 董事长  
总经理

**15.7%** 海外  
学历



## 前瞻创新课程体系 共六大模块，18门核心课程

### 营销实战与创新

#### ◎ 创新营销战略

理念创新与蓝海战略  
如何创新企业赢利模式  
市场营销战略与竞争优势建立  
如何不战而屈人之兵

#### ◎ 切割大营销

经营环境巨变及其背后的博弈  
企业竞争的12个层次  
1/2切割大营销—获取一半市场的策略  
品牌两极法则：高度塑造、角度构建  
新商业模式—构建营销生态圈

#### ◎ 品牌定位营销

什么是定位？营销定位的方向  
定位的时代特征，营销定位的前提  
营销定位的基本方面：消费者定位、产品定位、价格定位、市场定位、广告定位

### 品牌运作与媒体传播

#### ◎ 品牌4S战略-快速高效构建强势品牌

差异表达：成功品牌的核心运作  
产品表达：成功运作品牌的关键  
位次表达：高端品牌成功的关键  
关系人表达：如何建立强势品牌

#### ◎ 品牌创新与营销策划

如何全球化思维且本土化依托  
核心产品的运作规律  
如何让产品创新彰显优势  
王道营销

#### ◎ 新媒体时代的舆论引导和危机应对

新媒体时代的舆情特点  
站在战略的高度看媒体  
危机中的媒体与公众策略  
危机传播的处理原则

### 打造高效营销团队

#### ◎ 人才的选育留用

如何成为合格的领导人  
甄选企业销售精英  
训练销售教练：做好教练  
让高手高飞与把人才留住

#### ◎ 打造高绩效的营销团队

揭秘营销团队：群体到绩效  
思考营销团队：影响绩效的因素  
管理营销团队：五个策略  
塑造营销团队：五个途径

#### ◎ 九型人格与销售沟通

九个性格的特质分析及应用：完美型、温馨型、动力型、自我型、思想型、忠诚型、开朗自得型、果断型、和谐型



## 前瞻创新课程体系 共六大模块，18门核心课程

### 营销渠道与通路

#### ◎ 新渠道与经销商竞争格局

营销渠道的竞争优势和价值分析  
渠道运作的误区  
中国分销行业实例研究  
如何让经销商倾心于自己的品牌

#### ◎ 企业营销领袖的思维力行动力

营销的启示:不是卖货,而是1-2-3-4  
百年未有之大变局:巨变与速变  
新-创新,创新第一难,创新第二难  
品牌的融资与传播

#### ◎ 员工激励

员工辅导激励操作技巧之:职业素养、管理定位  
员工辅导激励操作技巧之:团队管理、激励模型  
员工激励操作案例分析:激励的作用层级分析  
管理工具表的使用(提供工具、现场练习掌握)

### 实战营销创新模式

#### ◎ 提高谈判成功率

影响谈判成败的软实力  
谈判策略广泛适用的不同场景  
谈判中的禁忌和制胜要素  
谈判流程中优化和创新的环节

#### ◎ 整合营销传播 (IMC)

策略性整合营销  
广告与促销管理  
营销公关策略  
利益攸关者关系管理

#### ◎ 大客户拓展策略

赢大客户者赢市场  
大客户是企业营销致胜的关键  
大客户营销的最高法则是信任  
商战大客户经典营销案例解读

### 数字时代营销新策略与整体规划

#### ◎ 数字时代“新零售”创新

零售企业面临困境及未来发展方向  
数字时代新零售实战  
零售店商业模式设计  
实体创新的四大方向

#### ◎ 大数据时代新营销

爆款产品的规划和打造方法  
新时代营销的客户引流与流量增长  
不同行业营销案例对比分析  
线上线下营销策略与营业额增长

#### ◎ 企业年度营销规划

关于营销规划的方向和模型  
市场研究与分析:市场研究的7C模型、SWOT的应用  
竞争角色与市场策略及八个衡量标准  
营销策略的整体规划方案:甄选流程、输出模型  
营销策略实施的保障体系

## 领航师资 (部分) 专注于实战实用, 精选顶级师资



### 荆建林

现任清华大学经管学院课程教授, 中国石化集团首席教育专家; 中国战略研究会特约研究员, 并担任该会企业经营与战略部主任。



### 路长全

当代最具有价值的是实战营销专家; 中国一系列营销案例的策划人和操作者, 其所著《切割》《软战争》《营销纲领》等成为当代中国营销指南针式的著作。



### 程广见

销售与回款领域的跨界专家、大客户营销管理实战派讲师、2007年成为职业培训师; 十多年来面授学员十万人, 课时超过10000小时。



### 左学荣

国家发改委培训中心特聘专家讲师; 国家工信部领军人才高级研修班核心讲师; 京东集团云创新空间特聘创业导师。



### 马媛

实战管理、训练课程导师、国家企业培训师联合会专家委员、国际培训师精英联盟执行会员; 超过1000场的管理训练类课程。



### 李永平

中国人民大学副教授, 经济学学士, 作为访问学者赴英国约克大学进修“市场营销与经济比较”。



### 周炜

美国AACCTP国际注册培训师、工商管理硕士、实战型职业经理人、资深管理技能训练专家, 现任多家企业管理顾问。



### 王飞

曾任伊利集团商学院高级培训师, 拥有大客户销售团队八年实战经验, 熟知政企客户采购特点和大客户销售流程及标准化动作。



### 张子凡

京东直播实训学院 执行院长、世纪互联网络科技(纳斯达克上市企业) 营销总监、箭牌糖果(中国)有限公司(全球500强) 营销经理。



### 刘上

九型研究院院长; 国家冰壶队心理顾问; 国家花样滑冰队心理指导老师; 中国性格教育导师; 国内最早将性格分析融入商业实战的推动者。



### 郭成林

导火索咨询机构董事长(原尚域咨询), 躬身咨询实践十九年, 服务过的企业从年销售额数百万到千亿级别皆有、跨行业十余个。



### 付刚

北京雅致人生管理顾问有限公司资深讲师; 阿尔卡特(中国)金融行业销售总监; 中海油海外项目部外聘谈判顾问等。



### 金超

中央党校国资委“双百行动”400家央企高管授课主讲, 中国知名模式创新咨询专家, 独创“商业模式、管理模式、营销模式”三维联动创新系统。



### 李大志

海洋生物学硕士、社会心理学博士, 组织行为学和营销心理学独立学者, 清华、北大等多所高校特聘讲师, 企业家学员超过20000人。

## 学员感言

石剑青  
同学

营销班真的给我开启了职业、工作、生活的一扇窗，使我的职业生涯更自信，工作更从容，生活更丰富多彩，同时带来了无穷的快乐。总之，营销班给了我知识智慧，友情和力量，我以上了营销班而自豪，我以拥有这么多优秀的同学而骄傲。这一切，要感谢班主任刘老师，还有小门老师、小白老师.....我上了营销班，自信而充实并且为之骄傲！

姜志刚  
同学

我认为我来参加营销班的学习，是在正确的时间、正确的地点、做了一件正确的事。经历学习的过程中，解决了不惑，愉悦了心情，增强了自信，结缘了朋友，带来了健康，岂能不快乐？！我学习，我快乐！

宋琳  
同学

我深深爱上了我们这个班级，期待着每一次与大家相聚。怀揣着一颗谦恭的心同大家一起聆听最前端的营销知识，真诚的与同学们相处，感恩所有为我们这个班费心、出力的每一位老师和班委。

张胜华  
同学

营销管理与创新实战(CMO)高端班的课程，令我茅塞顿开，不但扩展了自己的知识体系，并且使我找到了营销管理和创新的方向，尤其是百闻不如一见的路长全路老师的课程，不但抛砖引玉，分析透彻，解析原理，更是以实战的案例引导我们大家，层层深入，步步为赢~ 古语有，蚓无爪牙之利，筋骨之强，上食埃土，下饮黄泉，用心专也。所以我要用我所学，为我们的企业发展进程添砖加瓦~

## 营销管理与创新实战(CMO)高端班46期开学典礼

2022年8月 于北京



# 营销班十七年回顾 (始于2007年, 22年8月46期开学典礼)

