

# 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、班级晚宴、班服、合影等)

## 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14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
- ½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

#### ◎ 全网营销与广告策划

- 长尾模式与网络营销策略
- 接触点整合与植入式广告
- 网红广告与新媒体优势整合
- 成功营销策划案例分析

### 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

- 九个人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



提高谈判成功率

## 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

#### ◎ 绩效管理

- 应由谁来考核？如何设考核指标
- 过程类考核（态度、能力）
- 绩效跟踪与辅导
- 考核沟通、考核结果的应用

### 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

#### ◎ 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

#### ◎ 市场洞察与资源整合

- 如何深度挖掘客户需求
- 如何描绘你的客户价值冰山
- 客户价值冰山的有效营销应用
- 以市场为目标的资源整合



## 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。



## 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。



## 阎旭临

国内著名品牌专家，清华大学老科协医疗健康研究中心研究员；长期担任清华大学营销班、总裁班品牌课核心师资；美国加州大学博士后中国区品牌课主讲教授。



## 周炜

美国AACTP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。



## 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。



## 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。



## 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。



## 路长全

当代最具有价值的是实战营销专家；中国一系列营销案列的策划人和操作者,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。



## 曹建明

八年的华为技术有限公司营销、营销管理、培训工作经验，国内知名的华为专家营销管理专家，绩效管理专家。



## 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”。



## 钟海涛

MTP专案讲师；1997年开始从事职业培训（18年职业生涯）；服务过1000多家企业；《如何管理/育/留新生代员工》第一人。



## 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。



## 丁守海

中国人民大学经济学院教授、博士生导师，国民经济管理系副主任；国家自然科学基金委员会工商管理学部评委。



## 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，营销班给了我知道智慧，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41期开学典礼

2018.6.22



# 营销班十四年回顾 (始于2007年, 21年3月45期开学典礼)

