



《销帮》系列营销课程

《互联网+时代品牌创新营销》课程

PROJECT PLANNING PROPOSAL >>>

本项目总体设计

【培训背景】

凡是以互联网或移动互联为主要平台开展的各种营销活动，都可称之为整合网络营销。简单的说，网络营销就是以互联网为主要平台进行的，为达到一定营销目的的营销活动。

网络营销的特点有两个方面：一方面是基于互联网，以互联网为营销介质；另一方面它属于营销范畴，是营销的一种表现形式。企业网络营销包含企业网络推广和电子商务两大要素，网络推广就是利用互联网进行宣传推广活动，电子商务指的是利用简单、快捷、低成本电子通讯方式，买卖双方无需谋面地进行各种商贸活动。网络营销与传统营销一样都是为了实现企业营销目的，但在实际操作和实施过程还是有较大的区别。

【培训对象】

企业营销团队

【培训收益】

- 1、帮助传统企业在互联网+时代实现营销转型
- 2、培养电商运营团队熟练掌握各种网络营销渠道与工具
- 3、提高运营团队的营销意识和全网整合的能力

【培训特色】

□ **听得懂-实战性**：课程讲师具有多年的多行业销售实战经验，具有丰富的销售理论底蕴和实操技巧。课程使用的案例全部来自讲师本人的亲身经历或咨询案例，具有很强的实战性和可操作性。

□ **记得住-互动性**：课程采用互动式教学，内容包括生动的案例研讨、视频分析和情景演练，能够有效加深学员对所学内容的理解和实际转化能力，现学现会，现学现卖。

□ **用得上-针对性**：课程讲师具有多年的网络营销经验，对网络营销过程中所存在的障碍、误区，有切身的体会和深刻的感悟，善于分析和解答学员面临的各种实际问题，能够与学员形成共鸣和更好的交流，从而使学员获得咨询的收益。

【进程安排】

课程时间	2天	课程对象	客户营销团队
课程方式	封闭训练	课程人数	50左右
课程安排	第一章 互联网+时代品牌创新营销新思维 第二章 品牌整合推广之线上推广-电脑端 第三章 品牌整合推广之线上推广-移动端 第四章 品牌整合推广之线下推广-终端陈列 第五章 品牌整合推广之线下推广-地面推广 第六章 品牌推广策略与原则		
培训模式	课堂讲授、案例分析、情景模拟、游戏体验		
课程地点	客户指定	讲师团队	陈攀斌老师+助教团队

【教学计划】

第一章 互联网+时代品牌创新营销新思维

课程单元	重点内容
互联网+时代营销新思维	一、互联网+时代营销新环境 1、经济新常态与供给侧改革 2、产业的过剩同质、低附加 3、体制改革的五大任务剖析 二、互联网+时代营销新战场 0、定位、细分、分化、品类”代表了纵向营销的旧巅峰 0、跨界、融合、混搭、平台”为特征的水平营销新时代 1、全媒体推广 2、全网络营销 3、全渠道销售 三、互联网+时代营销新思维 1、用户角度-粉丝思维、流量思维、社群思维 2、产品角度-极致思维、简约思维、迭代思维 3、推广角度-全网思维、自媒思维、品牌四维 4、模式角度-跨界思维、平台思维、免费思维 四、互联网+对品牌营销的冲击 1、商业模式：收费到免费 2、生产模式：标准到定制 3、管理模式：层级到扁平 4、营销模式：B2B到O2O
顶层设计：培育强大品牌	一、创建品牌资产 2、品牌内涵-品类区分 3、品牌内涵-品质担保 4、品牌内涵-身份品位 5、品牌内涵-梦想品格 品牌创新基本法则 1、改变 木棒改为纸棒 2、增加 糖果+话梅=梅心球 糖果+VC=雅客 3、减少 牛奶脱脂 红酒去糖 4、替代 棕榈油替换植物油 更健康

	<p>5、颠倒 投料顺序颠倒</p> <p>6、重组 食品礼盒里整合不同产品的联合营销</p> <p>二、确立品牌定位</p> <p>1、开创一个品类</p> <p>2、建立一项标准</p> <p>3、背靠一棵大树</p> <p>4、抢占一个字词</p> <p>5、吸引一类人群</p> <p>6、占领一块区域</p> <p>7、坚持一段岁月</p> <p>三、制定竞争战略</p> <p>1、防守式策略</p> <p>2、进攻式策略</p> <p>3、侧翼式策略</p> <p>4、游击式策略</p>
--	---

第二章 品牌整合推广之线上推广-电脑端

课程单元	重点内容
搜索营销	<p>一、搜索引擎优化是一举两得</p> <p>二、“关键词”真的很关键</p> <p>1、基本性定义，选择泛关键词</p> <p>2、精准定位，组合长尾关键词</p> <p>3、问题关键词，让客户找到你</p> <p>4、借力关键词，提升网站流量</p> <p>5、为核心产品定做核心关键词</p> <p>三、关键词应用是个技术活儿</p> <p>1、建设网站先考虑关键词选择</p> <p>2、站内发布新闻植入关键词</p> <p>3、外部推广要有关键词链接</p> <p>四、随时关注搜索引擎优化的效果</p> <p>1、运用关键词工具分析竞争状况</p> <p>2、通过收录与排名检测搜索引擎优化效果</p> <p>五、搜索引擎营销 VS 搜索引擎优化</p> <p>六、选择适当的搜索引擎广告投放方式</p> <p>1、好的投放地点，自然有好的营销效果</p> <p>2、善用百科做广告</p> <p>七、一定要控制广告投放的成本</p> <p>1、按点击</p> <p>2、按包月</p> <p>3、按业绩</p> <p>4、按行动</p> <p>5、按其他</p>

<p>官网营销</p>	<p>一、让你的网站具有营销性</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、长期的公信力 2、猛烈的传播力 3、强大的销售力 <p>二、进行搜索引擎优化，快速提升网站访问量</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、力求网站动态化，页面静态化 2、每个页面都要独立标题关键词 3、网站一定要有强大的内链功能 4、新一代网站地图很重要 5、添加行业资讯，吸引用户阅读 <p>三、提升网站转化率，让潜在客户转变为客户</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、好好设计专题页 2、先形成信赖感，后引导客户消费 3、吸引客户要靠差异化 4、建立强大的导购体系 5、让网站更直观一点 <p>四、有效引导客户，提升网站促销能力</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、给客户更详实的资讯 2、千方百计提升客户的一次购买量 <p>五、如何提升网站的客户回头率</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、提供免费服务，顾客先尝后买 2、持续跟进客户，增加购买次数 3、通过多种渠道促使客户转介绍
<p>博客营销</p>	<p>一、博客比网站更有吸引力</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、博客营销好处多多 2、谁适合做博客营销 3、选对方式，做对营销 <p>二、成功开设博客，等于博客营销成功了一半</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、用关键词优化博客名称 2、做个有吸引力的标题党 3、内容优质，才有人转载 4、多回复，多顶帖赚人气 5、多开博客，多链接 6、互踩博客，提升流量 7、博客关键词优化到位 <p>三、如何让博客更具营销性</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、精准锁定读者群 2、会讲故事的博主 3、软文字，软链接，强过硬广告 4、无欺骗，不炒作塑造真实形象 5、与博友互动，赢客户口碑 6、多做宣传，多做推广

软文营销	<p>一、新闻营销：与媒体战略合作，主动引导舆论</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、重视网络新闻的强大影响力 2、标题要有吸引力 3、内容要有冲击力 4、寻找最佳新闻点 5、最佳的投放产生最大的效力 6、既要系列报道，又要控制数量 <p>二、论坛营销：选好阵地，打好网络营销战</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、适合任何企业的论坛营销 2、草根论坛需要草根姿态 3、选择适合做营销的论坛 4、保证帖子的原创性 5、要做软广告，不要做硬推广 6、结合时事，效果更佳 7、有趣有用才更有效 <p>三、问答营销：以互动的方式做品牌，做口碑</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、养号是个大关键 2、始终站在目标客户的角度 3、问题必须具有针对性 4、选取适当的关键词 5、全方位、正面地展示信息 6、加外链时莫贪心 <p>四、邮件营销：通过前期引导，获得客户认可</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、廉价而有效的营销方式 2、邮件营销也讲天时地利 3、为客户量身定制邮件 4、让邮件主题具有营销性 5、设计发件人信息 6、规划邮件的内容 7、让用户心甘情愿接邮件 8、让邮件具有一定的特色 9、尽量使用公司邮箱
------	---

<p>视觉营销</p>	<p>一、视频营销：巧妙植入广告，成功引爆网络</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、 视频广告与电视广告 PK 2、 别把视频做成企业宣传片 3、 选择最适合的广告形式 4、 制作视频其实很简单 5、 视频一定要有创意 6、 搞笑、人情与猎奇 7、 允许搞笑，拒绝恶俗 8、 让更多的人看到视频 9、 用关键词作为标签 <p>二、图片营销：让用户成为你的免费推销员</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、 图片比文字更“养眼” 2、 利用论坛和群传播 3、 图片进行引擎优化 4、 广告植入不要太明显 5、 图片制作有讲究 6、 有创意，有主题
-------------	--

第三章 品牌整合推广之线上推广-移动端

课程单元	重点内容
------	------

微营销圣经	一、微营销三大核心平台 1、微博 2、微信 3、微店 二、微营销时代三大原则 1、内容为王道 2、全员皆营销 3、互动即信赖
移动广告	1、移动广告的优势特点 2、移动广告的表现形式 3、移动广告的计费方式 4、移动广告的投送步骤 5、移动广告的数据监测
二维码营销	1、获取客户 2、互动广告 3、活动促销 4、防伪溯源 5、数据分析 6、会员管理 7、移动电商
微博营销	一、微博真的很管用 1、微博营销的4大作用 2、微博营销的9大策略和方法 3、微博内容的建设和运营 4、提升微博粉丝的15种方法 二、打造实用的营销型微博 1、有头像，有真相 2、选择皮肤，色彩激发兴趣 3、一要实名，二要加“V” 4、签名要简短而有特色 5、特别的标签，表示特别的你 6、不能创造话题也要参与话题 三、如何让微博变成摇钱树 1、不要四处撒网，锁定一个 2、链接到自己的博客或网站 3、用个性提升黏性 4、用团队的方式发微博 5、有计划地发布微博 6、企业微博一定个人化
APP营销	1、APP营销的特点和优势 2、APP营销适合的企业 3、APP营销的5个策略 4、APP营销的9大推广手段
QQ营销	1、QQ营销能解决什么 2、QQ营销之QQ优化 3、QQ营销之精准营销 4、QQ营销之Q群营销 5、QQ营销之鱼塘营销 6、QQ营销之空间营销 7、QQ营销之其他功能
微信营销	一、微信营销的优点 1、打造自媒体 2、开发新客户 3、管理老客户 4、提升转化率 5、提升复购率 二、微信号选择智慧

	<ul style="list-style-type: none"> 1、个人号的应用 2、公众号之订阅号的应用 3、公众号之服务号的应用 4、公众号之企业号的应用 5、组合使用，集群作战 三、公众号的定位与建设 1、品牌型、吸粉型、销售型、服务型、媒体型、混合型 2、微信号设置：取名、设置、栏目菜单、自定义、认证 四、公众号的运营 1、做好内容的6大秘籍 2、最受欢迎的15种内容类型 3、能引起转发的八大要点 4、抓眼球的16种好标题 5、设计互动内容的10大方法 6、植入广告的七大技巧 7、推送时间的四个要点 五、公众号的推广 1、现有资源导入 2、内容推广 3、排名优化 4、个人号辅助 5、活动推广 6、公众号互推 7、公众号导航 8、推广返利 六、个人号加粉方法 1、11种微信类方法 2、18种互联网类方法 3、7种线下类方法 4、11种其他类方法
--	---

第四章 品牌整合推广之线下推广-终端陈列

课程单元	重点内容
终端陈列推广	<ul style="list-style-type: none"> 一、终端三力建设 1、展示力 2、亲和力 3、吸引力 二、终端营销四化建设 1、货品生动化 2、人员运动化 3、场地节日化 4、活动常态化 三、门店终端活动四种形式 1、门店扫描引流 2、商圈DM攻略 3、门店活动路演 4、商圈联合推广

第五章 品牌整合推广之线下推广-地面推广

课程单元	重点内容
地面广告投放	<ul style="list-style-type: none"> 1、传统四样媒体分析：电视、广播、报纸、杂志 2、新型媒体效果分析：户外、移动电视、网络广告 3、消费品市场变化与媒体投放策略：受众与目标消费者

地面营销活动推广	<p>一、如何做线下活动</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、自己喜欢的 2、符合品牌定位的 3、与产品类别匹配的 4、互动性较强的 <p>二、适合线下引流的活动类型</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、大型社会活动 2、大型培训现场 3、各种商会活动 4、新型直销引流 5、不忘电话销售 <p>三、营销活动参与引流</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、注重个人仪表 2、张扬个人个性 3、少广告多价值 4、与主办方互动
----------	---

第六章 品牌推广策略与原则

课程单元	重点内容
品牌推广策略与原则	<p>一、推广的理论原子弹：影响力六原理 互惠、喜好、权威、从众、承诺、稀缺</p> <p>二、广告推广方略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、渠道：线上线下终端地推 2、时机：节日、民俗、人造 3、主题：有用、有趣、有心、有脸、有气、有利 4、内容：物质层面+精神层面 5、形式： <ul style="list-style-type: none"> A-事件-病毒-口碑 B-社群-内容-裂变 <p>三、广告推广的六大关键</p> <p>物质层面</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、简单化 2、通俗化 3、聚焦化 4、人格化 <p>精神层面</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、文艺化 2、娱乐化 3、体验化 4、互动化 <p>四、推广软文写作技巧</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、掌握标题技巧 2、软文开头的4种常用写法 3、正文布局技巧让软文耐看 4、软文常用的9个收尾方法 <p>五、互联网营销内容生产原则</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、有趣 2、有用 3、有脸 4、有心 5、有气 6、有利 <p>六、社群营销方略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、找同好

	<ul style="list-style-type: none">2、定结构3、产输出4、巧运营5、能复制 <p>七、媒体决策与效果评量</p> <ul style="list-style-type: none">1、广告三类型：品牌广告、产品广告、促销广告2、媒体到达率计算方式与标准
--	---