

《联通互联网+营销管理》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

中层管理者

【课程大纲】

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于互联网+方面的问题？每人提出工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中穿插、分析、演练。

第一章、通信行业互联网+发展趋势（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、“互联网+”成为主旋律

二、4G 时代来临，运营商的机遇与挑战并存

（一） 运营商与 OTT 的关系从竞争变成合作

（二） 虚拟运营商开始参与竞争

（三） 运营商的市场推广模式将完成革新

（四） 4G 时代来临后，运营商必须提升线上渠道的“营”的能力

三、新媒体将取代传统媒体，成为运营商的主要线上营销平台

四、O2O 商业模式成为主流

五、大数据与各行各业紧密结合

六、新技术百花齐放

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、互联网+营销策略转型--O2O 联动营销（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、O2O 营销趋势

（一）双 11 营销案例分析

（二）淘宝天猫营销成功模式分析

（三）京东营销模式分析

（四）腾讯营销模式分析

（五）万达的转型营销模式分析

（六）中国目前实体经济现状

（七）中国目前银行业经营现状分析

二、O2O 营销模式内容

（一）公众号的内容组织与编辑技巧

（二）公众号编辑的流程管理与推送技巧

（三）朋友圈的增粉方法与运营技巧

（四）微信营销的技巧与粉丝互动

(五) 公众号运营中的促销推广分析指导

三、O2O 营销技巧

(一) O2O 线上线下联动营销

(二) O2O 营销方案策划及联动技巧

(三) O2O 营销模式下网站平台的内容调整与变更

(四) O2O 营销模式下微信公众号平台的内容调整与变更

(五) 客户分析与数据库建立

(六) 互联网+时代，客户维系方法

河南移动 O2O 营销案例

新年 O2O 营销案例

长城宽带 O2O 营销案例

移动一家亲 O2O 营销案例

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、大数据在通信业的应用（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、认识大数据时代

二、大数据在通信业的应用现状

三、大数据在通信运营商的应用思路

四、大数据时代下通信业的机遇和面临的挑战

五、流量--未来移动互联网的虚拟货币

六、通信行业大数据应用案例

【案例】APP 平台运用

【案例】免费电话触宝电话的开发

【案例】日本电信运营商的“声波”应用

短片观看及案例分析：

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、互联网+时代管理思路及技巧转变（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、互联网+时代团队沟通工具

二、网络沟通技巧

1. 网络沟通方式

2. 网络沟通用语

3. 如何沟通让大家喜欢

4. 微信群沟通 5 大要点

5. 朋友圈分享 5 大要点

6. 语音留言 4 大要点

三、如何使用微信高效工作？

1. 如何用微信交待重要工作

2. 如何用微信培训员工业务

3. 如何使用微信进行员工思想教育

4. 微信工作的监督与检查

5. 如何使用微信向上汇报工作

6. 如何使用微信进行跨部门沟通

7. 如何利用微信，帮助给大家减压

短片观看及案例分析：

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

课程结束：

- 一、 重点知识回顾
- 二、 互动：问与答
- 三、 学员：学习总结与行动计划
- 四、 企业领导：颁奖
- 五、 企业领导：总结发言
- 六、 合影：集体合影