

# 《移动互联网+电信VIP客户经理的营销及客户维护培训》

## 【授课时长】

实战版4天，浓缩版2天

## 【授课对象】

VIP客户经理

## 【课程大纲】

(领导开训:强调训练的意义目的、纪律)

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时代下VIP客户的营销及维系等方面的难题？每人提出自己工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、示范指导。

### 第一章、互联网思维的“独孤九剑”（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、用户思维 - 关于经营理念和消费者

二、简约思维 - 关于品牌和产品规划

三、极致思维 - 关于产品和服务体验

四、迭代思维 - 关于创新流程

五、流量思维 - 关于业务运营

六、社会化思维 - 关于传播链和关键链

七、大数据思维 - 关于企业资产和核心竞争力

八、平台思维 - 关于商业模式和组织形态

九、跨界思维 - 关于产业边界和创新

短片观看及案例分析：小米手机的互联网案例分析

淘品牌 - 三只松鼠电商案例分析

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

### 第二章、互联网营销模式与如何做好VIP客户的O2O营销（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、电信VIP客户经理开展营销新模式

二、O2O营销解析 - VIP客户的营销模式

三、移动互联网时代下，VIP客户营销出路在哪里

四、移动互联网时代下如何做好VIP客户的O2O营销

五、O2O营销模式下，实操训练的“九个点”

短片观看及案例分析：移动彩铃推荐

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

### 第三章、内容为王 - O2O营销的竞争策略与内容组织编辑（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范

指导、模拟演练)

- 一、020 营销实战 – 个人、团队微店的定位策略与技巧
- 二、020 营销实战 – VIP 客户营销策略
- 三、020 营销实战 – 公众号内容组织与编辑技巧
- 四、020 营销实战 – 公众号内容编辑与推送技巧

案例分析或短片观看：

示范指导、模拟演练

就学员提出的难点进行示范讲解、模拟演练、分析点评

#### **第四章、价值取胜 – 020 营销的吸粉与推广技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)**

- 一、020 营销实战 – 公众号的粉丝运营
- 二、020 营销实战 – 朋友圈的增粉方法与运营技巧
- 三、020 营销实战 – 公众号的运营与粉丝互动
- 四、020 营销实战 – 公众号的促销推广分析指导
- 五、020 营销实战 – VIP 客户的关系维护技巧
- 六、020 营销实战 – VIP 客户的服务营销技巧

短片观看及案例分析：

示范指导、模拟演练：

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

#### **第五章、020 营销线下互动体验与 VIP 客户维系、价值提升 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)**

- 一、营销实施 – VIP 客户 020 产品设计运营
- 二、正本清源：移动互联网时代 VIP 客户关系与维系
- 三、VIP 客户维系之移动互联网工具运用
- 四、新媒体时代，VIP 客户七大维系方法
- 五、电信离网客户挽留 – 客户维系方法与预警策略
- 六、客户二次营销与融合，导高

短片观看及案例分析：

示范指导、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