

新机会——移动互联网发展趋势

深度剖析，把握移动互联网的未来

课程背景：

2014年，双11销量再创新高。电子商务持续高速发展。

移动端异军突起，移动电商助推电子商务向更大的空间发展。

移动互联网的高速发展让人措手不及

移动互联网的发展是长期的吗？我们如何抓住移动互联网高速发展的机会？

适合对象：

企业高级管理人员、网络信息部门管理人员、电商管理人员

学员收益：

1. 什么是粉丝经济、互动营销、微营销
2. 移动互联网的人群、特点、发展趋势
3. 传统渠道、电子商务、微营销的有机结合
4. 传统企业如何建移动电子商务体系

培训时间：

1天

培训讲师：

陈旻

中国第二代品牌营销专家

中国第一代网络营销专家



经历了网络广告时代、论坛营销时代、搜索营销时代、电商平台营销时代。现在，走在微营销时代的前端。

致力于打造最适合国内企业的“中国式网络营销”！

工商管理硕士，现任中国品牌研究中心专家组
成员，澳中教育交流协会营销专业首席专家。多个消费品品牌操盘手。

现任北京准达咨询策划总监、网络营销架构师，并担任山东奥星集团、陕西西凤集团、河南矛盾集团、金星啤酒、山东金正大集团、板城烧锅酒、鲁花集团等十余家企业的品牌与营销顾问。

课程大纲：

| 主题 | 核心内容 |
|------------------------------------|--|
| 中国电子商务轨迹 | <p>风雨 15 年——中国互联网发展史</p> <p>模式探索——电子商务发展历程</p> <p>你死我活——电商巨头们的惨烈博弈</p> |
| 最好的时代已经来临 | <p>2000 年，伟大的电商平台 8848 成立，为什么没有活下来？</p> <p>2003 年，淘宝上线，为什么 2006 年才开始高速发展？</p> <p>2010 年京东开始高速发展，为什么之前不行？</p> <p>国美、苏宁电商仅仅比京东晚了 2 年，为何总长不大？</p> <p>现在，电子商务高速发展的机会在移动互联网上出现，这个机会是真实的吗？</p> <p>真正支撑电子商务的消费人群是谁，他们的消费轨迹是什么样的？</p> <p>今天，中国的核心电商消费人群已经成熟，最好的时代来了，你能把握住吗？</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 电子商务人群的基本特点与喜好 ● 电子商务人群网购发展趋势 |
| <p>移动互联的背后：</p> <p>新媒体营销 4 大定律</p> | <p>电子商务表面上是在网上做销售，实质是和消费者沟通</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 定律一：粉丝经济——发展粉丝比扩大销售更重要，与客户有效沟通比立即卖货更重要。 |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 定律二：用户体验——腾讯帝国的基石，用户体验至上。淘宝生态圈的维系，让交易更容易。没有好的用户体验，就失去一切。 ● 定律三：互动——电子商务时代，品牌与消费之间、消费者与消费者之间 ● 定律四：马太效应——互联网世界，更换成本的低廉，让大多数成炮灰。只有第一没有第二，赢家通吃。 |
| <p style="text-align: center;">选择：</p> <p>PC 商业模式与移动互</p> <p style="text-align: center;">联商业模式</p> | <p style="text-align: center;">电商模式有很多种，可以自己建平台，也可以选择加入现有的平台，进军电子商务，首先要选择自己的经营模式</p> <ul style="list-style-type: none"> ● B2B 式：阿里巴巴与慧聪深度解析 ● C2C 式：淘宝与拍拍深度解析 ● B2C 式：天猫与京东深度解析 ● O2O 式：大众点评与糯米深度解析 ● 网络分销式：1 个人一年通过微信卖了 8000 万的面膜，如何做到的？ ● 移动购物式：微店模式、口袋通模式深度解析 |
| <p>移动互联网的应用一：</p> <p>移动端的互动</p> | <p>网络最大的特点双向沟通，而不是传统推广的单向传递信息，如何利用这个特点做好推广，是电子商务成功与否的核心。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 基于 PC 的互动与基于移动互联网的互动 |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 如何建立品牌与网民的互动 ● 如何引导网民之间的互动 ● 让你的产品搜出来 ● 新闻与广告的博弈 ● 交互时代的社交红利 ● 圈子的力量 |
| <p>移动互联的应用二：</p> <p>移动电商如何架构</p> | <p>移动电商已经成为一个主流的电子商务模式，如何把握高速发展的移动电商机会</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 微营销——基于圈子的营销模式。 ● 微营销——品牌引导下的圈子互动 ● 微营销——移动电商平台如何建立 ● 微营销——不同产品、服务的微营销架构模式 ● 微营销——微营销的 2 大关键要素 |
| <p>移动互联的未来：</p> <p>资源整合的平台</p> | <p>移动互联网正处于高速发展期，在这个阶段，重要的是建立较为完整的营销体系，而不是短期的销售与利润。抓住发展的机遇，就是抓住了电商的未来</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 第一代微营销——建圈子卖货 |

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">● 第二代微营销——在平台上卖货● 第三代微营销——自建平台建圈子● 第四代微营销——整合资源，微营销价值链● 四代微营销即将爆发，你能抓住这次机会吗？ |
|--|---|