

互联网时代传统行业如何进行转型升级	
主题	内容
洞悉互联网趋势和商业机会	课程重点：深度解读电商发展
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 互联网的前世今生 ➢ 互联网的三种商业模式 ➢ 互联网七大趋势 <ol style="list-style-type: none"> 1、网络消费者的需求多样化； 2、服务行业借团购之力加速迈入电商大门； 3、规模化+平台化+品牌化； 4、社区化+区域化+移动化； 5、从建立社交图谱到多元化的兴趣图谱； 6、社会化网络+电子商务=社会化电子商务； 7、Solomo=社交的+本地的+移动的 ➢ 电商之货惑豁——深度解读电商发展 以谁为中心？因何而花钱？靠什么挣钱？用什么买？
如何低成本快速打造第一品牌	课程重点：互联网品类定位
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 客户的心智模式 ➢ 互联网的特性 通过搜索寻找关键词、中小企业也可以投、产品定制化（选择多，需要精准定制）、推广/购买无地域限制、购买通路和推广通路重合（高效、低成本） ➢ 品牌定位的方法 老大定位、老二定位、创新品类定位 ➢ 品类定位战略 <ol style="list-style-type: none"> 1、认知就是事实，品类在心智里 2、客户买的是品类，不是品牌 3、品牌价值决定于品类价值 4、让品牌成为品类的代表 ➢ 低成本快速打造第一品牌 产品定位——核心产品定位、核心功能定位、独特卖点定位 关键词定位——通过关键词定位目标客户、客户需求
如何建设高效转化建站系统	课程重点：网站建设
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 规划篇——首页、目录页、内容页的规划布局 ➢ 技术篇——域名空间优化、结构优化、代码优化 ➢ 工具篇——咨询工具、统计工具、分享工具 ➢ 网站规划 四代网站 用关键词定位的思维去规划网站首页 网站首页的组成部分及设计规范： 头部、导航、Banner 幻灯区、内容区、底部设计 用品类定位的思维去规划营销型站群

	营销型站群的结构、特点
如何不化钱或少花钱建设品牌和推广产品	课程重点：推广系统
	付费模式 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 百度竞价 ➢ 竞价账户设计、单元划分、关键词分组、创意撰写 ➢ SEM 中的十大陷阱 免费模式 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 搜索引擎优化原理 ➢ 站内优化 ➢ 站外优化
如何搭建高效运营系统	课程重点：检测系统及运营系统
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 分析三类数据 搜索引擎友好度、客户友好度、转化率 ➢ 分析工具的使用 ➢ 四大转化率 ➢ 影响因素——页面、价值塑造、客服、客户体验 ➢ 复购——客户关系管理
如何在 3 个月把竞争对手赶出百度首页	课程重点：传统行业网络营销案例分析
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 强辉科技公司：是一家专业做拉伸膜工厂，经过三个月专业指导 <ol style="list-style-type: none"> 1.在网上接到了邮政、顺丰、亿和控股、美盈森等上市公司的大量订单！ 2.现在每月网上接单营业额 800 多万。 中溢盛太阳能移动电源公司，天怡乐器公司，世纪丰源饮水设备供应商，金祥源仿木工艺品厂。。。。