

营销新思维：互联网时代，传统行业如何转型升级	
主题	从传统营销思维向网络营销思维的转变
洞悉互联网趋势和商业机会	课程重点：网络营销改变所有传统行业
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 互联网的前世今生 ➢ 互联网的三种商业模式 ➢ 网络营销对传统行业的影响的深度解析 ➢ 深度解读电商发展 ➢ 社会化电商时代的来临
互联网营销思维与传统思维的差异	课程重点：只有互联网思维才能创造互联网财富
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 数据化（大数据精营销准） 基于大数据及工具的应用，达到传播，推广，销售及运营高度精准化 ➢ 免费模式 以免费争取用户，以服务 and 特权创造收入 ➢ 长尾经济，小而美 是抓住用户某个痛点或价值点，做到极致 ➢ 众包模式 激发用户创造，客户生产内容（UGC），客户定制产品（C2B） ➢ 娱乐化，平等化，粉丝经济，病毒式营销
传统企业向互联网转型的关键点	课程重点：了解特点、把握趋势、成功转型
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 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） ➢ 互联网发展的七大趋势 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
主题	四大系统构建网络营销赚钱系统
互联网品类定位	课程重点：如何低成本快速打造第一品牌
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 互联网营销的特性 ➢ 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 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

	<p>4、让品牌成为品类的代表</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 低成本快速打造第一品牌 ➢ 关键词定位——通过关键词定位目标客户、客户需求
网站建设	<p>课程重点：如何建设高效转化建站系统</p> <p>网站规划</p> <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
	<p>课程重点：如何不化钱或少花钱建设品牌和推广产品</p> <p>付费模式</p> <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 <p>免费模式</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 搜索引擎优化原理 ➢ 站内优化 ➢ 站外优化
推广系统	<p>课程重点：如何打建高效运营系统</p> <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 ➢ 客户关系管理
主题	社会化整合营销
社会化营销	<p>课程重点：社会化媒体的应用</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 微营销（信息 X 关系链 X 流动） 信息：承载的是感情、不同的人群对信息的需求不同、病毒性传播 关系链：每个账号都有它背后的关系网、如何结网 流动：让信息变轻、愿意分享 <p>微博 微博营销的特点与定位、营销注意事项</p> <p>微信 三大工具：朋友圈、微信群、公众平台 四大作用：增加新客户、提高转化率、优化客户服务、提高忠诚度</p> <p>打造传播铁三角 企业网站，官方微博，微信公众账号，如何打造传播铁三角</p>
	<p>➢ 课程重点：社会化营销实战思考</p> <p>营销不得不变 社会化营销的核心价值 想在开展社会化营销之前</p>
移动时代的营销大变局	

	<p>品牌社会化营销如何细分</p> <p>社交网络传播：创意与体系谁更重要</p> <p>社交电商的发展方向</p> <p>➤ 供参考成功案例</p> <p>➤ 可供思考的案例</p>
--	---