

---

# 【活动营销】

## ——企业活动营销的引爆点

本课程把活动营销的过程进行分解，按照项目管理思想，整合营销原理，网络营销的技术方法，针对不同模块进行讲解与练习。保障学习者能够系统了解活动营销的整体系统和具体的实施过程中的技巧方法。让我们实现以活动为载体，使企业获得品牌的提升或是销量的增长。

### ==参加【活动营销】课程能学到什么？==

- 活动营销的整合营销策略
- 活动营销的干系人分析与定位
- 活动营销的推广技巧

### ==哪些人适合参加【活动营销】课程？==

**企业管理者：**可以让你对活动营销人员提出专业的要求，给与专业的指导，让活动营销成为企业业务成长的发动机。

**营销总监：**可以让你以活动营销的角度来分析企业营销系统，用最少的钱最短的时间做更大范围的宣传，迅速提升企业和品牌的知名度，促进销量提升。

**营销人员：**学习使用活动营销的技术与方法，可以让你成为最现代的营销专业人才，成为你职业生涯的闪光点。

### ==课程纲要==

#### 第一讲：什么是活动营销

1. 什么是活动营销
2. 营销与活动营销
3. 活动营销特点分析
4. 活动营销 6 大类型
5. 活动营销两大营销优势
  - 1) 由拉到推的营销
  - 2) 零距离体验式营销
6. 活动营销的意义
  - 1) 品牌影响力

- 
- 2) 提升消费者的忠诚度
  - 3) 吸引媒体的关注度

## 第二讲：活动营销的整合营销策略

1. 什么是双线营销以及目的、意义；
  - 空间双线与人群双线
2. 双线营销精彩案例分析；
  - 知名摄影器材电商网站
3. 网络营销与传统营销的结合方式；
  - 1) 把客户从地面渠道购买吸引转向网络注册
    - O2O 的电商网站：服装店到网店
  - 2) 把客户从网络平台吸引到地面活动
    - 借力电商平台、网商推广的效果转化
  - 3) 网络营销与实体营销环环相扣
    - 闭环式营销活动的策划
  - 4) 界定不同功能的网站让营销更专一
    - 李宁、安踏双线整合营销的定位与矛盾冲突
4. 企业营销与客户营销结合模式
  - 1) 客户主动介绍朋友
  - 2) 网络让赠品送的更有价值
    - 幼教产品的钓鱼营销系统
  - 3) 让客户变成经销商
    - 电商可以像直销一样省力
5. 活动营销定位系统
  - 1) 目标客户群定位
  - 2) 核心产品定位
  - 3) 产品卖点定位

本讲让学员掌握双线营销的整合营销思路，学习并现场模拟练习制定双线营销活动计划！

## 第三讲：活动营销实用推广技巧

1. 媒体投放技巧
  - 电视、报刊、网络
2. 免费推广技巧
  - 1) 微博，深度互动

- 
- 2) 论坛，协助扩散
  - 3) 视频，激发转播
  3. 借力营销技巧
    - 1) 网络，关联热点
    - 2) 会议，协助扩散
    - 3) 客户，口碑传播
  4. 海陆空三点联动技巧
    - 1) 新闻转载
    - 2) 话题深入
    - 3) 事件延伸
    - 4) 间歇性设计

本讲让学员掌握活动营销的整合推广策略与实施技巧，根绝现场学员反馈，进行重点方向的模拟练习！

## 第四讲：评比总结

1. 效果评比与分析课程总结
2. 完善活动整合营销体系构建图

## ==老师简介==

### 石建鹏 ——网络营销实战专家

**2011、2012 年最佳网络营销讲师；2010 年广州亚运营销特殊贡献奖；清华大学、北京大学、上海交通大学特邀讲师；**  
曾任职于大型快消品企业“卡夫食品、天津顶园（康师傅）”和大型互联网公司“百度、铭万网”；BEC 营销总监；独创专家明星的营销模式；山东电台连续直播嘉宾；阿里巴巴金牌合作伙伴；优米网、搜狐职场一言堂特邀讲师；联合国贸易网络北京中心、太申祥和山庄、和君国际、唐利康、搜狐网络营销顾问。

AACTP 国际认证高级培训师；中国管理研究院认证 PTT 导师。山东协力生物科技有限公司执行总裁，鸿道营销董事长



石老师 10 年的工作经历在营销一线从事网络营销实践近 7 年，亲自管理和实施年度品牌网络营销项目和节日促销活动网络营销项目若干。石老师在网络营销与传统营销的整合营销具有独到方法，独创**双线营销系统**，把网络营销与体验营销结合，让企业与客户互动营销结合。曾运作企业、明星、名人多名，帮助企业快速提升品牌影响力，为企业规避营销风险，实现销售额 **200%**增长。

### 社会职务：

中国管理研究院网络营销研究所所长；中国教育培训协会副会长；北京贸易效率协会副会长；中国建材营销研究院副院长、网络营销首席专家；北京市商务委《外经贸大讲堂》秘书长；北京奥运火炬手协会会员。

