

# 互联网思维下的营销破局

## 【课程背景】

随着互联网的深入普及和移动互联技术的成熟运用，人类社会全面进入互联网时代。就如马云所说，就互联网时代而言，我们其实是先驱者，真正的受益者还在以后。互联网时代的来临对人类社会各个领域带来了极大的冲击，凯文·凯利先生在《失控》一书中预言的一切正在变为现实。是的，随着互联网技术尤其是移动互联技术进入日常生活，几乎所有领域的传统思维、思路，那些曾经奉为经典的理论和方法正在被颠覆，人类社会正在“失控”。变是唯一的不变，在竞争激烈而残酷的商场，如何实现营销的破局，如何在互联网时代赢得客户和市场？回答这一切问题的答案都在本课程。

## 【本课程您将学习到】

互联网思维的核心

互联网对企业营销的主要冲击

互联网时代的营销转型

互联网时代的营销手法

## 【谁应该学习本课程】

企业高管、营销负责人、各级市场、营销人员

## 【课程提纲】

### 一、到底什么是互联网思维？

#### 1. 互联网改变人类的三大步

- (1) 信息交换与查询平台
- (2) 互动交互的交流平台
- (3) 改变生活模式的生存平台

#### 1. 互联网思维的五大核心

信息化、数据化、平台化、去中心化、无距离化

## 二、互联网时代对企业营销的冲击

- 1.由产品领先思维转为服务领先思维
- 2.红海和蓝海的界限变得模糊
- 3.渠道扁平与去渠道化
- 3.由单纯营销转向客户体验乃至客户参与
- 4.与客户实现无距离化、共生化，增加客户粘性和粉丝数量

## 三、互联网思维下的营销手段

### 1.互联网时代营销根本思路

- (1) 互联网营销的核心——客户
- (2) 快速与创新
- (3) 客户零距离传播
- (4) 服务为王

### 2.快速与创新

- (1) 互联网时代加快了产品的更新淘汰周期
- (2) 新生代消费人群的产品认知习惯
- (3) 多、快、好、省、廉

### 3.客户零距离传播

- (1) 企业与客户目前是零距离
- (2) 做到网络化无距离传播的三大原则

### 迅速、亮眼、扩散

- (3) 快速发布与快速更新
- (4) 亮眼的四大方式

### 标志化、事件化、刺激化、娱乐化

- (5) 扩散的三大原则

明确、简单上口、广泛与精准相结合的投放方式

#### 4.服务为王

- (1) 互联网时代让客户真正成为了上帝
- (2) 危机公关逐渐成为伪命题
- (3) 让客户成为服务标准的制定者
- (4) 打造客户圈进行粉丝营销
- (5) 实现企业与客户优质互动的生态圈