

大数据营销

陈起辉

一、互联网趋势与大数据时代

中国互联网的前世今生

1、互联网 1.0 时代

2、互联网 2.0 时代

二、赢在互联网思维

互联网思维

传统企业搞电商需要什么互联网思维？（三式九剑）

互联网思维“独孤九剑”

传统企业互联化四段位

产业链与互联网思维

三、大数据时代下商业模式创新

大数据时代的背景

何谓大数据 → 大数据的 4V 特征

大数据带来的思维变革（更多，全体数据）

大数据带来的思维变革（更杂）

传统企业互联化四段位

商业模式的定义

商业模式的作用

商业模式创新的因素分析

成功商业模式设计六步法则

互联网下的商业模式

未来商业形态的格局及趋势

四、互联网金融模式创新

互联网金融的四大格局

互联网金融的创新模式

互联网金融的发展现状

大数据征信如何获取征信数据来源

征信大数据整合加工

2015 年互联网公司的金融布局

五、大数据重建营销运营体系

1、用户画像与标签体系描述

2、用户密度分析与热力图展示

3、用户购买倾向预测

4、精准营销

5、通过图像搜索服务进行场景化营销

6、交叉销售

六、大数据下构建网络营销系统

大数据下构建网络营销系统

七、小而美，品类定位打造第一品牌

品牌定位

- (1) 老大定位
- (2) 老二定位
- (3) 创新品类新定位

品类定位战略

八、建设高效转化建站系统

关于网站，我们需要关注的

数据如何查询

九、建立高效推广系统

免费推广

- 1、搜索引擎优化 SEO
- 2、社会化网络
- 3、移动新媒体营销

十、建立精细化运营体系

运营体系

十一、大数据下社会化营销

社会化网络营销

微博营销

微信营销

微信生意密码

微信公众平台

微信公众平台——粉丝怎么来的

企业网站、官方微博、微信公众平台如何打造传播铁三角

社会化营销如何创造收益

十二、如何构建成大数据公司

大数据企业的顶层设计

- 1、一切数据化
- 2、数据管理平台建设
- 3、海量数据分析挖掘能力提升
- 4、外部数据战略性储备
- 5、数据外部创新应用
- 6、数据的开放和共享
- 7、数据产业战略投资