

# 基于互联网的银行市场营销与品牌管理

## 课程收益：

通过本课程的学习，培育一批真正掌握互联网及营销推广模式的知识，并在实践中善于创造性地把网络营销的知识用于具体操作的实务人才；

经过学习并通过考试的学员既能掌握互联的思考方法与工具，又能把网络营销、产品开发、市场推广落实到企业的具体工作中。确保企业的资源得到最充分的利用，既促进销售的短暂增长又能打造强势新媒体品牌；

全面深刻了解互联网产业链及相关的内容，能够建立科学高效的网络营销创新及应用流程，有效传达到位并推动实施。

## 网络时代的品牌营销传播环境

传统广告误区与品牌误区

电视主导的时代已经过去

品牌构建竞争优势

广告不应制造信息不对称

新的营销传播时代已经到来

信息时代，网络为王

案例研讨：移动游戏，无线城市如何塑造品牌

## 网络时代品牌营销基点：核心价值

品牌传递的是一种价值观和生活方式

品牌价值：产品功能满足带来的情感共

品牌营销是生活方式的营销

独特价值主张与马斯洛需求层次

案例研讨：移动增值业务，无线城市的核心价值描述

## **网络时代品牌营销传播原则：互动参与**

网络整合营销不是新瓶装旧酒

与消费者平等对话

互动参与，受众卷入营销传播

构建互动参与平台

案例研讨：微博及其平台在活动参与中的应用

## **网络时代媒介策略：品牌管理之路**

网络整合传统媒体，聚合消费者

营销传播：品牌告知的端口

传统媒体：品牌营销的接触点

网络端口：品牌营销的互动平台

案例研讨：如何创建在区域的口碑及病毒传播

## **网络时代品牌营销效果**

超越广告的创意传播

品牌口碑的构建与传播

品牌粉丝的形成与运用

网络整合营销效果评估维度

网络广告投放策略

做好广告投放计划

网络媒体选择要素

案例研讨：塑造品牌中网络媒体的价值及其注意事项

## 借助搜索引擎做营销推广

搜索营销：占领互联网入口

免费抢占 baidu 首页

竞价排名，恶性竞争迷途

企业搜索引擎营销应用

百度问答营销的实际应用

## 论坛营销及应用策划

论坛营销的要素

论坛营销操作步骤 1：了解需求

论坛营销操作步骤 2：找到最佳的卖点

论坛营销操作步骤 3：制造不同阶段的话题

论坛营销操作步骤 4：互动的的设计

论坛营销操作步骤 5：阶段性的手段和方案