

# 客户服务中的轻营销

【培训时间】 1 天

【培训对象】 客服人员

【授课方式】 视频+案例+演练

【课程大纲：】

## 第一讲 互联网营销趋势

- 1、PC入口集中化、移动入口垂直化
- 2、效果类广告主成为主导广告主
- 3、社会化媒体成为主流媒体
- 4、用户社群参与式营销成为主要的方式
- 5、大数据成为媒体价值驱动力
- 6、跨屏追踪用户成为可能
- 7、内容与沟通即广告。
- 8、台网结合的视频营销。
- 9、O2O 的整合
- 10、用户与数据重塑营销产业链

## 第二讲 微信、微博轻渠道的营销特点与营销案例

## 一、 微信、微博轻渠道营销特点

- 1、轻渠道的多样性趋势
- 2、认识不同营销轻渠道的特征
- 3、深度解读轻渠道特征
- 4、网络营销下的整合渠道营销转型
- 5、认识轻渠道客户社群特征

## 二、 微信、微博轻渠道营销策略与案例分析

- 1、 轻渠道营销策略与关键点
  - 2、 口碑营销的客户策略与方法论
  - 3、 如何建立忠诚的轻渠道群体？
  - 4、 轻渠道营销效果衡量法则
  - 5、 失败的轻渠道营销案例研讨
  - 6、 经典轻渠道营销案例分析
- 6.1、航空行业的轻渠道营销
  - 6.2、电子商务企业的轻渠道营销
  - 6.3、星巴克的轻渠道营销应用
  - 6.4、优衣库的轻渠道营销传播

6.5 花旗银行的轻渠道营销策略

6.6、汇丰银行的轻渠道营销

6.7、宝马汽车的轻渠道营销

6.8、杜蕾斯的轻渠道营销

### **第三讲 在线服务中轻营销思维及应用**

1、在线服务中的轻营销思维发展

2、如何利用轻营销思维倾听客户心声？