

《新零售与 O2O 营销革新》

【课程模块】

趋势篇：

- ☆ 什么是新零售？为什么说传统的商业模式与营销模式正在被淘汰？
- ☆ 用互联网思维做零售的本质：线上 + 线下 + 连接一切
- ☆ 什么是移动互联网 O2O2O 模式？传统零售企业如何玩转 O2O2O 的销售闭环？
- ☆ 传统零售企业做 O2O 营销必读：如何正确处理线上渠道与线下渠道的关系？
- ☆ 传统零售企业如何利用大数据平台做 O2O 营销？（线上精准化引流）
- ☆ O2O 时代的新媒体营销发展趋势：微信、微博与微视频
- ☆ 什么是场景化营销？为什么说场景化营销=反向 O2O 模式？
- ☆ 案例分享：线下门店如何做场景化营销？
- ☆ 一场优秀的场景化营销必须具备的五大核心要点
- ☆ 案例分享：口碑是如何诞生的？如何利用线上、线下场景制造口碑传播？
- ☆ 场景化营销实战篇：零售门店如何把二维码打造成营销利器？
- ☆ O2O 与 C2B、大数据、物联网、新技术的关系
- ☆ 零售企业如何利用互联网新技术做 O2O 营销：VR、AR 与微信摇周边
- ☆ 什么是用户思维？我们如何培养用户思维？
- ☆ 如何发展种子用户和核心用户？如何深度挖掘用户的痛点和需求？
- ☆ 零售企业在“互联网+”时代的自媒体运营之道：如何打造微信公众号、头条号与官方微博的营销矩阵？
- ☆ 案例分享：对于 O2O 模式的零售行业来说，为什么说线下渠道比线上营销更加重要？

思维篇：

- ☆ 互联网思维的核心与精髓
- ☆ 互联网思维的九层要义：用户思维、简约思维、极致思维、迭代思维、流量思维、社会化思维、大数据思维、平台思维与跨界思维
- ☆ 互联网营销成功与失败案例深度剖析
- ☆ 案例分享：移动互联网时代的颠覆式创新
- ☆ 案例分享：如何用互联网思维重构传统零售行业？

传统零售企业的 O2O 营销实战篇：

- ☆ 传统渠道销售、传统网络营销、传统电商模式与 O2O 双线营销的核心区别
- ☆ 零售企业的 O2O 运营平台搭建：线下渠道+网站+微信公众号+大数据管理
- ☆ 传统零售企业的微信公众平台实操战术
- ☆ 干货：如何提升微信公众号的图文转化率？如何利用公众号维系客户关系？
- ☆ 干货：如何打造公众号、朋友圈、微信群的营销矩阵？
- ☆ 全员营销实战：微信朋友圈营销十八式
- ☆ 社群营销实战：如何利用微信群做鱼塘营销？
- ☆ 干货：传统零售企业做 O2O 营销必备的 12 大辅助工具
- ☆ 什么是微信小程序？传统零售企业如何利用小程序做营销推广？
- ☆ 如何利用多样化的微营销工具制作线上促销内容？（H5 海报与 H5 游戏）
- ☆ 如何打造一支强大执行力的新媒体营销团队？如何考核和评估新媒体营销团队的工作成效？
- ☆ 传统零售企业如何策划一场低成本的 O2O 营销活动？

案例篇：

- ☆ 经典案例：10 条微信换来 3000 万的背后的秘密！
- ☆ 经典案例：一家传统零售企业如何发动全员在朋友圈做 O2O 营销？
- ☆ 经典案例：创维与惠民城电器如何联手打造用户体验感？
- ☆ 经典案例：优衣库与李宁的“双十一”O2O 营销成败对比分析
- ☆ 经典案例：营销型路由器如何让一家门店开业仅 3 天就获 20 万销售额？
- ☆ 经典案例：韩国零售业老二如何通过创意二维码完成对老大的颠覆？
- ☆ 经典案例：五星电器如何发动全员在朋友圈做 O2O 营销？
- ☆ 经典案例：小米的 O2O 营销法则（雷军用了这三招就打造了线下渠道与官网、微博、微信的一体化营销体系，背后的秘诀是什么？）
- ☆ 经典案例：京东与沃尔玛强强联手后，如何在“双十一”做节日大促？
- ☆ 经典案例：一家美国的酒店如何与一家瑞士的家具公司搞场景化营销？
- ☆ 案例分享：卖蛋糕的大叔如何利用二维码让“羊毛出在狗身上”？
- ☆ 经典案例：零售业如何打造“线上+线下”的 O2O 营销矩阵？

【标准课时】

两天（可根据具体情况和学员构成，拆分为一天或半天的课程）

【授课形式】

讲师授课 + 案例分析 + 分组研讨