

电商实战专家 互联网营销导师 李达聪

解剖 95 后——洞悉未来十年消费红利

【课程背景】

根据全国第六次人口普查统计，我国的“95 后”群体人口总数约为 7848 万，未来 5-10 年，他们将步入社会和工作岗位，成为消费的主力军。而 95 后是全面伴随中国互联网发展和经济转型而成长起来的一代人，他们受互联网的影响比上代人更深刻，由此形成的行为习惯也更具有时代特性，这些习惯也将影响他们的决策和消费。

无论是大公司还是创业者，如何保持自身活力并持续发展壮大，一个重要因素在于精准把握现有用户，和未来潜在用户的消费需求。因此，越早了解 95 后的行为习惯和心理诉求，就能越早在瞬息万变的市场中把握机会。

同时，作为电商企业，如何基于大数据，更好、更灵活、更有效的运用 95 后人群画像进行品牌和产品定位，如何更精准的进行个性化推荐和营销，已经成为各企业迫在眉睫必须解决的问题。

【课程收益】

- 1、全面了解 95 后人群的行为习惯
- 2、通过大数据获悉 95 后的消费特点

电商实战专家 互联网营销导师 李达聪

- 3、掌握企业如何根据 95 后特征定位品牌和产品的技巧
- 4、熟悉大数据个性化产品推荐技巧
- 5、掌握精准营销的主要方法

【课程时间】：6 小时，可根据具体需求个性化订制内容，或缩短、延长课时

【授课对象】：传统企业掌门人、传统电商运营负责人、有志于开展电商业务者

【授课方式】：讲师讲授 + 案例研讨 + 讲师点评 + 现场咨询

【课程大纲】

上篇：解剖 95 后

第一章、谁是 95 后？

- 1、95 后的成长的家庭环境和经历
- 2、中国飞速发展早就的网络原住民
- 3、95 后经历的互联网大事件

第二章、透视 95 后的多维生活

- 1、95 后如何看待工作和学习
- 2、95 后如何面对恋爱和婚姻
- 3、95 后的“亚文化”
- 4、95 后的娱乐观
- 5、95 后画像——脑洞大开的一代

第三章、剖析 95 后的消费世界

- 1、95 后的新社交和新网购
- 2、95 后的消费升级和理财观
- 3、95 后的追星消费和文娱消费
- 4、未来的 95 后经济

第四章、95 后人群行业画像

- 1、服装行业的 95 后人群画像
- 2、美妆行业的 95 后人群画像
- 3、95 后人群追捧的 20 个品质品牌

下篇：迎合 95 后

第一章、大数据对电商的影响

- 1、大数据有助于企业的品牌定位
- 2、大数据成为企业市场营销的利器
- 3、大数据创新电商行业的需求开发
- 4、大数据支撑电商行业收益管理

第二章、95 后的大数据情景营销策略

- 1、搞定 95 后的营销策略路径
- 2、95 后厌恶什么样的品牌营销
- 3、针对 95 后的情景营销策略
- 4、情景营销的 SCENE 模型
- 5、95 后人群的精准营销推广技巧

第三章、电商平台的大数据个性化推荐

- 1、各电商平台的个性化推荐特点
- 2、个性化推荐技术演进历史和趋势
- 3、“千人千面”环境中的店铺运营重点
- 4、利用淘宝个性化推荐算法引爆搜索流量

第四章、基于大数据的品牌营销案例

- 1、精准定位民国风的细分市场——百武西
- 2、靠大数据翻身的“后进生”——WMF
- 3、结合双十一、千人千面打造爆款——苏醒的乐园
- 4、重塑电商时代的场景和体验——雅诗兰黛
- 5、精准定位细分市场的潮牌男装——GENANX