

大数据时代下营销模式创新

互联网趋势及商业机会

- 互联网的前世今生
- 互联网的三种商业模式
- 网络营销对传统行业的影响的深度解析
- 深度解读电商发
- 社会化电商时代的来临
- 大数据时代的来临

赢在互联网思维

- 用户思维 / 简约思维 / 极致思维 / 流量思维
- 社会化思维 / 大数据思维 / 平台思维 / 跨界思维

大数据的本质及特征

大数据特征：4V1O

“更多”——不是随机样本，而是全体数据

“更杂”——不是精确性，而是混杂性

“更好”——不是因果关系，而是相关关系

- 1、以“客户为中心”，制定前期“大数据战略规划”；
- 2、制定全面完整的企业“大数据蓝图”；
- 3、从现有数据入手，设定并完成短期和阶段性的“大数据战略目标”；
- 4、根据业务优先级，逐步建立分析体系，循序渐进提升“大数据分析能力”；
- 5、定制可衡量的指标分析“大数据 ROI（投资回报率）”。

大数据下的精细化营销

- 用户画像与标签体系描述
- 用户密度分析与热力图展示
- 用户购买倾向预测
- 精准营销
- 通过图像搜索服务进行场景化营销
- 交叉销售

小而美，品类定位打造第一品牌

- 品牌定位的方法
- 老大定位、老二定位、创新品类定位
- 品类定位战略
 - 1、认知就是事实，品类在心智里
 - 2、客户买的是品类，不是品牌
 - 3、品牌价值决定于品类价值
 - 4、让品牌成为品类的代表

建立精细化运营体系

- 分析三类数据
- 分析工具的使用
- 四大转化率

新零售新模式

-
- 新零售特征
 - 双方引流，全面融合
 - 360 度体验
 - 去中心，社交化
 - 大数据，智能化
 - 重构人货物
 - 创造全新场景
 - 物流供应链自动化
 - 新营销模式的新 4C 法则
 - 用户，场景，社群，连接
 - 营销的演变
 - 体验营销
 - 新零售的五大工具
 - KOL,朋友圈，社群，场景，大数据