

互联网+大数据精准营销

课程重点：互联网时代下的机会与挑战

- 社会经济的的发展与阶段
- 互联网的三种商业模式
- 互联网对传统行业的影响的深度解析
- 深度解读电商发展
- 社会化时代的来临
- 大数据时代的来临

课程重点：互联网+管理模式创新

- **用互联网思维改造企业管理模式**
组织变革：组织结构、考核方式、激励措施
产品研发：快速找到并集结你的客户
产品个性：人格化
用户体验：使用情景与动作分解
让客户尖叫：海底捞如何做到
归属感：用户高度参与
粉丝经济：从用户到粉丝的转变
- **传统企业转型互联网化的四重境界**
渠道层面：电子商务
传播层面：社会化营销
管理层面：C2B，众筹
价值链层面：互联网思维重构
- **组织管理创新支撑企业转型升级**
无障碍信息：在线、实时、全貌
社会化个体：个性化，社群化
全局性跨界：行业链融合，多产业融合
新定位：小而美
重塑客户关系：户用体验，满足客户需求
新渠道模式：扁平化

课程重点：互联网+营销模式创新

- **网络营销四大系统**
- **电商定位系统**
认知就是事实，品类在心智里
客户买的是品类，不是品牌
品牌价值决定于品类价值
让品牌成为品类的代表
- **电商展示系统**
规划篇——首页、目录页、内容页的规划布局
技术篇——域名空间优化、结构优化、代码优化
工具篇——咨询工具、统计工具、分享工具
- **电商推广系统**

免费推广模式 SEO
竞价搜索推广模式
微营销模式
社会化电商
➤ **电商运营系统**
分析三类数据
分析工具的使用
四大转化率
影响因素——页面、价值塑造、客服、客户体验
客户关系管理

课程重点：大数据+精准营销

➤ **精准个性化营销的动机**
个性化营销的契机：电子商务的发展
大数据实证研究：影响关系
大数据挖掘：发现偏好
大数据下个性化营销策略
大数据下的精细化运营重要性
建立大数据下的精细化运营体系
➤ **大数据下消费者行为研究**
大数据实证研究：影响关系
大数据挖掘：发现偏好
用户画像及标签体系描述
用户密度分析及热力图展现
用户购买意向预测
交叉分析
通过图像搜索服务进行场景化营销