

阿里巴巴的互联网创新

课程对象

企业董事长、总裁、总经理、营销总监、市场总监、企划总监等中高层管理和决策人员。

课程目的

帮助企业制定互联网下做好品牌策划与管理的方案

授课时间

一天

授课方式

讲师讲授 + 视频演绎 + 案例研讨 + 角色扮演 + 讲师点评

课程内容

第一章 阿里巴巴的互联网思维

一、互联网+与互联网思维

什么是互联网+

为什么要进行互联网+

互联网+与互联网思维的关系

互联网思维的核心

二、阿里的品牌与产品的用户思维

王妃梳品牌战略定位

王妃梳品牌价值需求

王妃梳品牌形象

王妃梳产品系列

第二章 阿里的互联网创新运营三板斧

一、阿里的淘品牌打造

寻找细分品类

战略决策优先法则

明确恒定的核心

1. 成功的品牌都有明确恒定的核心价值
2. 没有核心价值的品牌必败
3. 品牌核心价值提炼的原则
4. 提炼核心价值的方法

品牌名称与 LOGO

1. 不好的品牌名称带来两难局面
2. 品牌命名的原则
3. 品牌八种常见的命名方法
4. 如何设计一款 LOGO
5. LOGO 也是互联网+下的营销利器

品牌口号与广告文案

1. 4 种常见的 Slogan 写法
2. 广告文案的原则
3. 如何提炼广告语关键词

品牌人物与品牌故事

1. CEO 代言
2. 互联网+让品牌成为媒体为自己发声

3. 互联网+让品牌故事得到更好的传播

二、阿里的双十一活动传播

用户调研

基于互联网的研究方式

1. 浏览器搜索情况调研
2. 电商平台数据分析
3. 微信公众号调研
4. 微博，贴吧，天涯等论坛类网站
5. 调研基于定制的大数据分析

用户参与

1. 产品是一切的基础
2. 用户参与让产品更加极致化
3. 产品研发严禁闭门造车

产品包装设计

1. 案例：

农夫山泉包装即营销

三只松鼠用包装把体验做到 150 分

加多宝用包装做联合促销

2. 如何做好产品包装设计

产品故事

1. 现在是故事营销的时代
2. 如何去讲一个出众的产品故事

第三章、阿里的新零售

- 1、亚马逊写了一篇新零售的好文章
- 2、天猫、京东、苏宁三国杀：布局新零售的版图扫描
- 3、价值定义：新零售是个什么梗？
- 4、价值发现：新零售能帮你实现什么？
- 5、价值自省：旧零售 VS 新零售、O2O VS 新零售
- 6、价值再造：如何上马新零售？一家老牌企业的电商逆袭
- 7、价值反思：电商、线下店在新零售里扮演的角色？如何对标新消费群体与新消费习惯
- 8、给新零售画个像：它有这样几种长相、实现路径
- 9、老司机的洪荒之力：宜家与星巴克的新零售
- 10、案例分析：亚马逊的智能推荐与无人店 Amazon Go、阿里巴巴的素型生活跨界集合店与盒马生鲜、三只松鼠的线上零售创新与线下零售体验店创新、红领的 C2B