

互联网的创新营销和运营

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营销策划与运营的方案

授课时间

6 小时

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 互联网+下的品牌与产品

一、品牌与产品

什么是产品

什么是品牌

品牌与产品的关系

二、互联网品牌王妃梳与产品的用户思维

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 互联网+下如何做好营销策划与产品

一、互联网下的营销定位

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、互联网+下的品牌传播

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. 产品研发切忌闭门造车

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

乐视举办包装设计大赛做推广

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