

# 数字化产品营销运营培训方案

## 1. 适用对象

创新团队、产品经理

## 2. 课程时长 (天)

2 天 (14 小时)。

## 3. 课程简介/特色

- 本课程内容有四个特点：第一个是深度，从当前的经营情况分析入手，深层级的剖析了中移动面临的困境，深入浅出的让学员了解了目前问题的前因后果；第二个是结构性，本课程从经营的角度，将 4G 的宏观形势、竞争情况、以及未来运营转型方向全面做了阐述；第三个是案例丰富，本课程中既包括了美国、日本等全球先进运营商的案例，也借鉴了互联网企业及电信联通的好经验，从成功和失败两个方面加以分析总结，是课程内容更加生动容易理解；第四个是形式多样，课程中包括了多个视频和互动环节，让学员在身心愉悦的过程中享受培训，同时也学到了知识和技能。

- 远离纯粹的理论教学，课程通过行业内外标杆学习、小组讨论、视频教学等方式进行，全场培训贯穿的核心就是——转变理念，助力实战，确保培训效果最大化；

- 主讲讲师薛新拥有 15 年移动通信行业研究经验，专注于移动互联网、流量经营领域的研究，辅导过浙江移动、广东移动、福建移动、云南移动、内蒙古移动、山东移动等地 300 名以上的二级经理、三级经理的管理工作。

## 4. 与中国移动贴合点

4G 与移动互联网、O2O 运营、电子商务等相互促进，迫使推动运营商加速转型，对未来移动通信产业的发展方向和商业模式都将产生深刻的影响。

最近，李克强总理在多个场合强调发展的关键在于创新，李跃总在 2015 年中国移动的工作会议上也明确将创新发展作为工作主旨，同时还特别强调了“产品创新”的战略位置。“产品创新”其实包括了两个关键词——产品和创新，前者是名词，明确做什么；后者是动词，明确怎么做。

本课程就是围绕产品和创新两个大关键词，探索如何在移动互联网时代产品的特点、如何有效找到有价值的创新点，如何在这个快速变化的市场中建立一套行之有效的产品创新机制等等关键问题。

## 【培训大纲】

### 第一章 风口裂变：中移动的颠覆与创新

- ①中移动转型数字化服务专家解读
- ②不同时代会有不同的商业逻辑
- ③移动互联网颠覆传统商业认知
- ④移动互联网为什么可以跨界颠覆
- ⑤站在风口，传统企业如何转型升级
- ⑥实现线上线下融合，需要克服四大阻碍（思维、模式、利益、方法)

- ⑦移动互联网风口下的五大电商商业模式分析

### 第二章 御风而行：数字化产品的新型商业模式

- ①新型商业模式之创新三大特点
- ②移动互联网时代如何运作商业模式（初心、需求挖掘、产品、价值、付出、盈利模式)

- ③新型商业模式之360免费模式
- ④新型商业模式之淘宝平台模式
- ⑤新型商业模式之叫餐服务O2O模式
- ⑥新型商业模式之余额宝跨界模式
- ⑦新型商业模式之微信社群模式
- ⑧新型商业模式之C2B长尾模式

### 第三章 迎风起舞：企业经营数字化产品的“六脉神剑”

- ①定位：清楚消费者在想什么
- ②产品设计：遵循个性化原则
- ③生产：企业加工能力的技术参数
- ④营销：如何实施全网营销战略

④组织：缩小决策半径，实现扁平化

④激励：激励的终极目的是实现自我激励

#### 第四章 站准风口：数字化产品定位弹射才能起飞

④移动互联网时代更需要精准定位

④定位需关注切入点、支撑点和制高点

④客户定位，精准锁定，先要了解“真正”的客户

④市场定位，选择好你的目标消费者市场

④产品定位，对应什么样的产品来满足市场需求

④品牌定位，基于心智导向的品牌定位法则

④文化定位，从思维的高度拥抱互联网

#### 第五章 风口之外：构建渠道协作平台

④移动互联网时代的渠道新定义

④移动互联网时代的营销渠道建设

④用多维社群搭建社群营销渠道

④移动互联网时代顾客的全渠道购买

④经营渠道用户，“得用户者得天下”

④数据驱动，推动渠道未来发展

#### 第六章 顺应风向：挖掘客服新需求

④移动互联时代客户的需求是什么

④闭环的运作：打造客户满意的产品

④移动互联网时代的顾客行为和应对策略

④服务设计要在提升用户体验与客户满意度

④移动互联时代客户服务中心的“新玩法”

④移动互联网时代的客户服务十大变化

④移动互联网时代的客户服务趋势猜想