
互联网背景下的市场营销

【课程背景】

- ✚ 从生产力角度，最近百年的社会变化超过了历史 4000 年的总和，问题是还在加速当中。商业条件升级了，商业思维就要升级，当前的互联网社会背景下，跟不上变化，可能就会被社会淘汰，大的变革环境下，适应变化是生存法则。
- ✚ 中国经济已经从“**有没有**”的时代，跨过了“**好不好**”的时代，又进入到“**好又多**”的时代。“**有没有**”的时代：企业成功的要素中很大一部分是胆子大，产能大，勤奋度高。“**好不好**”的时代：企业成功的要素由价格升级到价值，有产品升级到品牌。但是如今，企业在“好又多”的互联网时代：哪些是我们的重中之重的要素？

【课程收益】

- ✚ 清晰当前营销所处的时代及时代对应的营销特征
- ✚ 学习营销理论在互联网背景下的升级及运用
- ✚ 从辩证的角度深入的理解营销的根本是什么
- ✚ 学习区域市场突破中营销要素的管理
- ✚ 掌握新背景下营销团队的打造与个体素养提升

【授课老师】高海友

【课时安排】2 天

【学员属性】营销负责人、市场营销人员

【授课方式】核心法则讲解、案例分析、角色扮演，启发式、互动式教学。

【授课大纲】

一、变革时代，变是生存的基本条件

1. 市场变化有点快
2. 89-90 年代-21 世纪
3. 互联网背景下的市场营销

二、市场营销理论在互联网背景下的升级及运用-----理论

1. 宽度-深度-角度
2. 竞争情况下，营销作用凸显
3. 漏斗
4. 营销关键词—4p-4c

三、营销的根本是哲学-----思维

1. 营销是术：在奇、在变，众横捭阖。奇而不邪，变而不偏，动而不乱。动静相宜：条件动，跟着动；创新；变和不变；可乐的变+可乐的不变；老酒和瓶。
2. 以人为本：以人的心理认知为目标

-
3. 顺势则生：动善时 动善势
 4. 有法无形：以客户形为形
 5. 终极表达：目标不是你的目标，你的目标是终极表达、第一原则、极致、

四、营销模式的设计与创新-----模式、方法

1. 商业模式设计的根本
2. 条件思维：因果逻辑，果随因动
3. 商业模式的设计思路
4. 现代商业模式下的产品要素
5. 现代商业条件中，哪些条件产生巨大变化
6. 商业模式中的渠道理解-资源利用：
7. 营销模式
 - a) 维度一：主动性维度
 - b) 维度二：渠道维度
 - c) 维度三：时代特征维度
 - d) 维度三：关键词
 - ◇ 原子弹式：摧毁一切、大广告、大路牌；广告轰炸式--借助节日、大型活动赞助。
 - ◇ 地雷式：重点埋伏、行业刊物、协会合作
 - ◇ 地毯式：横扫一切、地面战，一户不落、电话、传真、邮件营销、DM直投
 - ◇ 尖刀式：各个击破、项目制
 - ◇ 养鱼式：进锅里来，圈子的力量、协会、圈子、群
 - ◇ 病毒式：传染属性、服务
 - ◇ 合作式--渠道合作；补充缺失的资源或速度
 - ◇ 根据地：网上还是往下，要有个根据地。根据地要繁荣昌盛。
 - ◇ 金手铐：会员储值卡
 - ◇ 现代工具：O2O模式、百度合作、关键词

五、区域市场突破-营销要素管理

1. 营销突破的五个关键要素
 - a) 方向-客户定位：找到客气群，客户关键词，目标、方向：需要领袖思维；都是客户起点是谁；都是客户先抓哪个重点。
 - b) 资源和工具--得当+与时俱进：走对路，跟方向有关系的工具、群体、组织、人物、时事、政策机会、国际机会等等；渠道，网络还是地面、人际关系还是病毒传播--人才
 - c) 行为--切磋琢磨（对工具和软件，对网站平台规矩的了解）：日日新，日日变，日日好，日日改，日日高：人才+人员;创新-变；
 - d) 过程-永动：永不停歇的活动：一年至少有 1000 个节日。你至少要参与 100 个。
 - e) 双维度：十年+今天；形式+内容；炫酷+实力；外表+功能；功能+品质；旺在单点+赢在生态链；痛点、速度就是与时俱进
2. 所向披靡-赢在营销前锋
 - a) 客户心理与行为分析—三层依赖
 - ◇ 情感依赖能力体系：礼仪能力、仪式能力、情商能力
 - ◇ 专业依赖能力体系：顾问能力、专业依赖力打造；技术-技能

-
- ◇ 伦理依赖能力体系：位置能力、三纲五常五伦四维八德
 - b) 营销流程要素把握：售前-售中-售后
 - c) 营销端的能力打造
 - ◇ 心态能力：正确的心理模型
 - ◇ 执行能力：问题预判、分解能力（上三楼）、结果能力，事善能、问题分解、哲学辩证
 - ◇ 通路能力：沟通谈判能力，听说问能力、谈判谋略能力
 - ◇ 服务能力体系：消费体验、行业专业能力、人性能力、角度能力、为他能力、敏儿有功
 - ◇ 信息能力体系：信息敏感度、信息获取、分析、应用能力
 - ◇ 借势能力：时势造英雄
 - ◇ 升级能力：PDCA 不贰过
 - d) 大客户营销的要素举要
 - e) 大客户运营的能力模型

六、新背景下营销团队的打造与个体素养提升

1. 市场精英七大心理模式培养
2. 市场精英八大行为模式提升
3. 卓越团队管理
4. 执行力