

互联网时代下营销创新

主讲：黄宏（1-2天/6-12课时）

课程受益：

1. 了解传统思维和创新思维的特点和方法；
2. 学习从命名、包装到广告创新的策划思路；
3. 学习低成本传播和整合营销传播的营销技巧；
4. 提升联盟营销的意识、学习资源整合策划的方法；
5. 把握新经济时代的特征，提升创新思维与创新营销的水平；

课程纲要：

一、创新思维与营销创新

1、任务和挑战

- 1) 问题：产品大国与品牌小国
- 2) 挑战：从哪儿着手

2、传统思维与创新思维

案例分享：LAFASO的美丽事业——打造精油第一品牌

3、时代的名片：四大社会趋势

二、产品命名与广告创新：心理冲击

1、从命名启动营销的力量：产品名称

案例分享：香格里拉、广东千色店、白大夫、千面

2、沉默的促销员：包装

- 1) 包装内涵
- 2) 包装表现
- 3) 学员讨论：九上减肥梅为何上市失败？

3、竞争利器：广告

三、营销推广设计：低成本传播

1、低成本传播模式——借力推广

2、低成本传播模式——事件营销

- 1) 事件营销定义
- 2) 事件营销经典案例

四、资源整合策划：联盟的力量

1、企业合作与合作分类

- 1) 共赢合作本质：协同竞争

- 2) 合作类别：企业联盟与媒体互动
- 2、垂直联盟：厂商关系平衡下的联盟营销
- 3、水平联盟：21 世纪的营销发展趋势

五、新经济时代的整合营销传播

1、消费者心理与营销技巧

案例分享：霸王洗发水和莹朴洗发水的成败比较

2、让市场推广更有力度——整合营销传播（IMC）

- 1) 整合营销传播常用工具
- 2) 用同一个声音说话：整合的技巧

案例分享：大唐风云与杭州绿盛的联合营销

3、营销模式创新

其它说明：

- 1. 对每一重点主题均结合实际案例分析。
- 2. 实际问题现场交流。
- 3. 以上内容根据实际需求可能略有调整。

教学方式：学员分组，提出营销策划中的问题，通过与讲师、其它学员互动，帮助企业及学员诊断分析，并提出解决方案的建议。