
新零售整合营销与传播

——新零售广告、媒介与促销

主讲：黄宏老师

一、新零售整合营销传播创新

1、新零售企业的整合营销传播

- 1.1.1 营销传播本质与新整合营销传播
- 1.1.2 整合传播计划与新零售传播趋势
- 1.1.3 互联网+时代营销传播活动设计

2、新零售品牌管理与传播过程

- 1.2.1 新零售企业品牌建设与品牌声望
- 1.2.2 目标市场与消费者细分挖掘
- 1.2.1 购买者行为过程与零售品牌关系

3、新零售营销传播的广告工具

- 1.3.1 新零售广告目标与创意简报设计
- 1.3.2 广告中幽默、情感、理性等诉求
- 1.3.3 创作广告有效性与广告执行框架

二、新零售营销传播媒介创新

1、新零售传播中传统媒介渠道

- 2.1.1 媒介策略与传统媒介计划
- 2.1.2 媒介广告语与实现广告目标
- 2.1.3 新零售企业市场中的媒介选择

2、新零售企业的电子互动营销

- 2.2.1 互动式营销与在线广告创新
- 2.2.2 品牌螺旋上升与社交网络广告
- 2.2.3 消费者广告参与与病毒营销

3、新零售的另类营销创新

- 2.3.1 新零售的另类营销活动设计
- 2.3.2 新零售的话题营销与游击营销
- 2.3.3 体验营销与焦点战术营销设计

三、新零售的整合营销促销工具

1、大数据精准营销传播与促销

- 3.1.1 新零售的数据采集分析方法
- 3.1.2 大数据分析及预测营销价值
- 3.1.3 大数据驱动的营销传播活动

2、新零售营销促销的创新设计

- 3.2.1 商机促销与消费者促销创新
- 3.2.2 新零售十种促销方式的设计
- 3.2.3 新零售的促销的误区规避

3、新零售营销策略有效落地设计

- 3.3.1 新零售营销突破分阶段设计
- 3.3.2 有效突破新零售营销资源限制

3.3.3 基于营销传播落地的整合设计

四、课程总结、落地计划

将所有思考与创新点设计成简易的执行计划，以便落地实施！

备注：最终版本会根据具体课程做必要调整，以调整后为准。

四、教学方式

~~授课方式为~~讲解、案例分析、规律总结、工具演示，启发式、互动式教学

五、课程时间

1-2天

先创新，谁就抢占了先机！