

互联网时代营销创新与整合营销

主讲：黄宏老师

一、学员收益

- a) 了解互联网时代非典型特征及对策
- b) 掌握营销创新及整合营销创新的策略及工具
- c) 掌握互联网时代顾客需求分析的方法
- d) 系统掌握营销创新及整合营销设计体系

二、适用范围

总裁/总经理、营销总经理等企业中高级管理人员

三、课程大纲

一、互联网时代的典型特征及成因分析

基于互联网架构下新环境、新的消费构成及消费习惯都深深影响着企业的营销行为，传统的营销思维已经很难有效的解决新的营销困境，在这样的背景下，我们未来的营销新方向在哪里，到底决定我们营销成功的关键是什么？

- 1、 **互联网+带来的企业营销变革思维**
 - ✓ 什么是互联网整合营销创新
 - ✓ 互联网时代的营销特征分析
 - ✓ 互联网整合营销的核心思想
- 2、 **互联网+时代的社会形态分析梳理**
 - ✓ 碎片化的需求改变生活方式
 - ✓ 互联网让企业边界变得模糊
 - ✓ 网络重构价值观与行为模式
- 3、 **互联网+下企业营销发展趋势分析**
 - ✓ 互联网 1.0 到 2.0 的演变过程
 - ✓ 互联网+时代产业互联的痛点
 - ✓ 跨界与整合将成互联营销趋势

二、互联网+下跨界营销整合创新探索

面对互联网时代的新问题和营销注重结果的前提，对营销的各个环节进行深刻分析，充分了解营销整合创新中的关键要素与企业之间的关系，洞察消费行为背后的本源，找到属于你自己的网络营销新策略！

- 1、 **跨界整合营销的本质与新思维思考**
 - ✓ 个性化、定制化需求的时代来临
 - ✓ 互联网时代的主要营销模式分析
 - ✓ 混搭营销模式的迷局及破局之道
- 2、 **跨界整合营销的规律与营销创新思维**
 - ✓ 圈子跨界的营销攻略与创新挑战

- ✓ 整合创新的入口“卸载”昨日思维
- ✓ 营销整合专家都是跨界转换专家

3、互联网+营销传播整合与创新突围之战

- ✓ 互联网营销传播中杠杆效应借势
- ✓ 互联网营销传播中整合联盟造势
- ✓ 互联网营销整合创新下系统立势

三、互联网+时代的营销整合实战设计

新经济下，企业必须以消费者为核心，针对消费的核心需求展开立体全景式的设计，选择市场中的有效资源进行巧妙匹配，协调和调用一切资源使企业价值最大化，以整合的方式完成营销布局！

1、整合营销之赢利点转移创新设计

- ✓ 价值需求创新的设计方法及工具
- ✓ 扁平化渠道渗透与库存产品去化
- ✓ 跨界不越界的营销整合实战设计

2、营销整合的互联网应用及实战操作

- ✓ 传统网络推广的优势与弊端分析
- ✓ 巧借隐形资源打通营销整合瓶颈
- ✓ 虚实结合的网络实践营销的原则

3、网络整合营销实战操作手册制定与设计

- ✓ 网络营销的十种共享营销思考
- ✓ 基于现有资源的整合联盟设计系统
- ✓ 如何通过互联将成果价值有效放大

四、课程总结、创新计划

- ✓ 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

核心内容为讲解、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

六、老师观点

- 1、今天的优势会被明天的趋势所取代，逆水行舟，不创新则淘汰！
- 2、战略来自策略，策略来自市场，市场来自客户的需求，产品和服务只不过是满足客户需求的一种手段！
- 3、从来没有停止前进的行业，只有止步不前的企业，创新营销赢得未来！
- 4、市场在变，客户在变，需求也在变，我们唯一能做的就是不断设法寻找和满足客户的新需求，与客户建立长期有效的协同关系！
- 5、营销是企业的命门所在，企业除了销售其他的都是可以算作成本，营销创新能从根本上解决销售难做的困境！
- 6、中国正在快速发展成为创新型国家，企业要想在未来的黄金十年不被

淘汰，唯有时效创新！

7、商界从来没有一个单打独斗的英雄，只有善于联合的智者不断创在这
1+1 大于 111 的神话！

8、做企业一定要学会创新思考，预知未来，并且要善于创新与设计未来！

9、未来 10 年，要么创新，要么淘汰！竞争有时候就是这么任性！

10、优质资源总是会在第一时间被创新者掠夺，谁先创新，谁就抢占了先机！