

O2O 战略发展与管理 课程大纲

课程收益：

通过本课程的学习，掌握 O2O 的知识，并在实践中善于创造性地把知识用于具体操作的实务；

全面深刻了解大数据产业链及相关的内容，能够建立科学高效的移动互联网创新及 O2O 营销应用流程，有效传达到位并推动实施。

【课程大纲】

第一部分：O2O 带来颠覆

- 1.什么是 O2O 模式
- 2.O2O 模式对传统企业的价值
- 3.企业开展 O2O 的风险及误区
- 4.如何构建 O2O 的发展趋势

第二部分：电子商务下的 O2O 模式

- 1.O2O 对中国消费者的影响
- 2.O2O 与二维码及微营销的结合
- 3.O2O 的运营管理和运营模式
- 4.数据与 O2O 运营

第三部分：O2O 与二维码营销

- 1.深度解读二维码，如何助力
- 2.了解二维码基本定义及生存
- 3.探索二维码的移动营销应用

- 4.发现二维码的神奇营销力量
- 5.O2O 模式用二维码行得通吗
- 6.二维码在国内外的常见应用
- 7.案例研讨：如何应用二维码？

第四部分：企业 O2O 营销系统和微信推广

1. 网点基于微信的 O2O 开展
2. O2O 增加粉丝的方法和案例
3. 线下店增加粉丝的绩效考核
4. 线下微信平台内容运营及要点
5. 如何通过数据来对用户分析和互动
7. 用户的二次消费和闭环营销应用
8. 如何利用 LBS 推送系统增加新的粉丝和用户

第五部分：企业 O2O 活动策划和互动

1. 什么是 O2O 活动营销及意义
2. 促销活动营销
3. O2O 活动营销的执行要点及互动
4. O2O 活动营销执行的线下店配合

第六部分：如何管理 O2O

- 1.构建适合 O2O 的管理组织
- 2.塑造适合 O2O 的管理文化

3.线上线下互动的 O2O 依存关系

4.传统企业 O2O 的思路及法则