

互联网时代下的营销模式创新

课程背景：

截止 2017 年，中国已达 8.5 亿互联网用户，越来越多的人通过移动互联网平台进行沟通、应用、采购商品。互联网思维的核心是“连接一切”，这就是“互联网+”。可以说，未能足够利用互联网思维方式，没有把互联网+商业模式与用户连接起来的的企业是没有未来的企业，必将被市场淘汰。

尽管全球经济正在经历寒冬，但是互联网的发展却如日中天。越来越多的企业已经尝到了转型互联网思维方式和营销模式的甜头！

在当今经营成本日益高涨的市场竞争环境下，传统企业如何利用互联网找到创新模式、突破困局？

在消费者行为方式动态化的大背景下，企业如何依托互联网，实现低成本战略突围？是传统企业无法回避的课题和选项。

课程目的：

通过理论与实战案例相结合的方式，帮助学员掌握核心互联网+及传统企业转型关键运作要点，通过互联网手段低成本制胜市场，实现企业的战略突围，构筑互联网时代的传统企业的核心竞争能力。

学员对象：管理团队、市场、营销团队及所有涉及传统企业专业的人员

授课方法：结合当今企业竞争与互联网+发展趋势，通过理论与实战案例解析相结合的方式授课，内容严谨充实又不乏轻松幽默，同时加入学员案例现场演练和点评，增强课程的互动性。

课时：两天

课程主要内容：

一：认识互联网时代

- 1、 当下互联网时代的深度思考
- 2、 中国互联网发展简史及成功企业案例分析
- 3、 互联网+是什么？互联网思维是什么？大数据是什么？
- 4、 互联网营销的实质——连接
- 5、 互联网营销创新是延长企业生命周期的关键
- 6、 互联网营销运用的本质就是赢得用户口碑

二：企业行业互联网应用发展展望

- 1、 企业运营核心竞争力的界定和特征
- 2、 通过大数据了解你的用户需求
- 3、 赢在“大数据营销”——借势“社会化新媒体”
- 4、 互联网营销的动力：大数据、云计算、工业 4.0 与物联网
- 5、 大数据营销推动传统企业互联网化

三：互联网精准营销及口碑传播

- 1、“互联网+媒体“的特点、商机与挑战
- 2、 互联网思维带来的新媒体营销变革与应对机制
- 3、 新媒体营销的主要内容和手段
- 4、 新媒体营销传播特点：分众、精准、个性、交互、口碑、长尾
- 5、 如何增强用户体验来提高用户的访问粘性

四：互联网营销创新应用案例

1. 电子商务与数据挖掘完美结合
2. 运营商营销数据管理利器
3. 通过数据挖掘改善企业营销模式
4. 游戏运营暴利的秘诀
5. 通过数据挖掘提升银行信用卡客户忠诚度

五：大数据营销的应用

1. 什么要做数据挖掘——多学科的融合
2. 数据挖掘的功能：分类、预测、推估、关联、聚类、可视化
3. 如何通过在线化收集、处理海量数据
4. 大数据管理四大要素
5. 数据挖掘建模、流程及分析指标

六：互联网营销创新如何在企业落地

- 1、 传统企业应用互联网营销与变革迫在眉睫
- 2、 互联网营销模式的变化

- 3、 互联网营销用户关系的变化
- 4、 互联网营销在企业中定位
- 5、 互联网营销企业组织结构
- 6、 通过流程体现互联网营销价值
- 7、 企业营销一体化端到端流程

分组讨论：企业目前的流程是否适应互联网营销

七：小试牛刀

实战练习：围绕企业运营特点，分组练习搭建创新模型：

- (1) 利用大数据进行精准用户定位，包括客户画像、关系链研究、精准营销、实时营销和个性化推荐；
- (2) 客户关系管理，包括客服中心优化和客户生命周期管理；
- (3) 企业运营管理，包括业务运营监控和经营分析；
- (4) 数据商业化指数体系的初步搭建和分析。