

《数字营销》

主讲：韩迎娣

【课程背景】

随着物联网、云计算、大数据、人工智能等技术的成熟与实际落地，各种数字化驱动的创新不断涌现，这其中就包括数字营销，数字营销并不应该只被视作营销词汇，而应该和金融科技、数字化管理、数字运营、电商等领域一起，被视作数字化的一部分。当执行层面的 DSP、DMP、ADX 等这些数字营销新角色不断出现，整个国内的数字营销生态圈以极度激进的状态进行着自我更新与迭代。数字环境的用户正通过多样化的、多变的渠道完成消费，电子化支付、便捷物流、多样化生活场景、内容和娱乐消费的多元化等因素，让你永远也不知道明天的牛奶是在哪里买到的。数字营销的场景让品牌重新理解环境，把产品自身、服务与用户形成强关联，给予用户的是全场景体验与内心价值认同。

课程将以数字营销体系与策略为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员认知数字营销环境与框架体系是什么？数字营销机会与挑战在哪里？主要价值体现在哪些方面？如何通过数据理解用户？数字营销场景有哪些？如何提升企业数字化营销能力？使学员学之解惑，学之能用，实现企业新的经营增长突破点。

【课程收益】

- 数字营销环境与现状、数字营销框架体系、机遇与挑战
- 数字营销解决的核心问题与基础理论
- 数字环境下的用户特性、心态、行为洞察与用户增长系统
- 数字营销场景、策略、数字营销触点
- 数字营销行动指南，找到用户突破口，数字内容营销与数据应用能力
- 数字营销智能化进展与未来发展趋势

【课程特色】 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】 董事长、总裁、总经理、常务副总经理、总裁助理、企业管理人员

【课程时间】 6 小时

【课程大纲】

一、数字营销环境与发展现状

- 1、思维创新技术路径
- 2、数字经济发展现状与态势
- 3、数字化，农村经济增长新引擎
- 4、数字营销框架体系
- 5、数字营销解决的核心问题及理论基础
- 6、数字营销机会与挑战
 - 追逐流量到流量价值变现
 - 新势力逆袭
 - 数字内容，走量又走心
 - 短视频的下半场
 - 社交营销的商业变现

案例讲解

二、学会用数据认识你的用户

1、用户特点

- 用户结构
- X、Y、Z 世代
- 消费能力分析

2、用户画像

- 用户信息标签化
- 用户画像消费场景
- 用户画像标签体系

3、用户心态与行为洞察

- 地域差异
- 真相加偏好
- 大道理不再信服
- 社会化多面人设
- 隐形 X 人口
- 算法行为对策
- 知识青年演进

4、用户增长系统

- 用户增长框架
- 用户生命周期
- 用户 AARRR 体系

5、生鲜消费应用场景与发展趋势

案例分析、讨论与讲解

三、数字营销场景与营销策略

1、什么是应用场景

2、数字营销策略

3、数字营销的两个角色与三个环节

- 两个角色关系
- 三个关键环节

4、数字营销的触点

- 客户体验
- 社交营销
- 搜索引擎营销
- 程序化广告
- 直效营销
- 用户体验

5、数字营销的数据能力

- 第一方数据运营
- 第三方数据
- 数据分析
- “内容”环节
- 营销服务与商业交易

案例分析、讨论与讲解

四、数字营销行动指南与未来发展趋势

1、找到用户突破口

2、回归用户场景与体验

3、打好年度大事件的关键战役

4、进入年轻人的圈层

➤ 和年轻人皮在一起

➤ 和年轻人共同创作

5、与多元用户达成情感共鸣

➤ “懂我”的快乐

➤ 个性化创制

6、精进 IP 内容营销

7、营销智能化进展与发展趋势

8、智能商业 未来已来