

《移动互联网时代下的企业营销变革》

主讲：韩迎娣

【课程背景】

互联网是一片滋生奇迹的土壤，这片土壤上滋生了大量的财富，它改变整个社会的生产模式、生活模式、消费模式，乃至营销模式。随着移动终端技术发展成熟，移动互联网开始向人类社会展开了全面的攻势。这个攻势，体现在市场营销上，就是一出由内而外的变革。在今天这样的移动互联网时代，我们可以发现一点，绝大多数人生活常态都是使用手机而非 PC 端，PC 更多的是应用在工作场合。这无疑反应了一个问题：移动互联网时代已经来临，任何企业要想做好市场营销，就不能再局限于传统的互联网思维模式。移动互联网思维与传统互联网思维有什么区别呢？

课程将以移动互联网营销变革与策略为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员认知移动互联网营销本质、体系是什么？主要价值体现在哪些方面？企业如何根据所学来做移动互联网营销？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】

- 移动互联网的发展状况、现状及未来
- 移动互联网用户特性、用户行为与用户关系
- 移动互联网入口争夺、营销变革与策略

【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】 3 小时

【课程大纲】

一、认知移动互联网

1、移动互联网的发展状况

2、移动互联网现状

- 移动互联网应用现状
- 移动互联网特点及特性

3、移动互联网的发展趋势及未来

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、用户营销与行为分析

- 用户分群
- 定位营销目标群体

- 用户行为分析模型
- 让用户乐于传播

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、用户与应用场景关系

案例：

三、移动互联网营销策略

- 1、场景进阶：带动更多场景革新**
- 2、移动营销链路**
- 3、移动互联网用户关系进化**
- 4、全营销场景，人群优选策略**
- 5、移动互联网营销闭环**
- 6、移动互联网数据解析，洞察真实兴趣与社交关系**