

# 后流量时代营销战争

讲师：黄光伟

## 后流量时代营销现状

流量红利期迁徙  
用户与品牌关系变化  
后流量全景运营规划  
基于销售的互联网人货场体系  
基于变革引发的变革

## 内容运营决定影响力广度

影响力与销售力变迁  
内容分类策略  
内容输出策略  
内容组织策略  
内容布局策略  
内容传播策略

## 产品级的内容开发

像做产品一样做内容  
内容构成层级规划  
内容的构成与迭代

## 品牌人格化

品牌人格化的定义  
案例：锤子手机-罗永浩的背影  
案例：小米-雷军的向往  
案例：新百伦的匠心  
案例：熊本熊卖得一手好萌

## 品牌的评估与价值

品牌表现与评估流程  
诊断品牌健康度与潜力  
品牌的定义  
品牌价值核心呈现  
品牌的价值主张

## 品牌亚文化

主流文化碎片化  
亚文化-视觉系  
亚文化-脑洞系  
亚文化-治愈系  
强势亚文化的汇聚效应

## 品牌社群化

文化链接社群  
“泛”用户的价值  
创新用户的带动作用