

# 数字营销与客户关系管理

**适用对象：**电商部门/市场营销部门/销售部门

**时间：**单日/双日

**课程背景：**互联网尤其是移动互联网营销手段愈加丰富而传统营销手段式微，基于此，企业需要掌握新的营销手段支撑触达客户和进行客户关系管理

**课程收益：**可掌握数字营销发展趋势和新营销手段、新互动玩法；了解数字营销策划方案的规划和撰写思路；了解新世代消费者的信息获取和购物趋势。

**已授企业：**舍得酒业 北大经济学院高级研修班 三一重工 中国银行四川分行

## 第一篇：数字营销趋势观察

数字时代的消费者

数字消费者群体划分

消费者数字化程度

消费者行为偏好

消费者特征

数字时代与消费者沟通路径

数字媒介环境

信息发布介质变化

信息发布平台变化

信息发布方式变化

技术与营销手法

大数据与营销规划

热点营销手段

营销新观点

大型品牌商的态度与行动

核心观点回顾

案例分享一

## 第二篇：世代迁移带来的思考

消费者需求变化与价值链生成

新营销四项基本原则

新营销领域涵盖与基本功能

新营销品牌力影响路径

新营销解决策略

营销变革带来的思索

移动互联网是内容的时代

内容的分类策略

内容的输出策略

内容的传播策略

产品级内容开发

品牌人格化——品牌即人

案例分享二

**第三篇：基于数据分析的客户关系管理**

老客户的价值

客户关系管理困境

客户关系管理总体框架与分级管理

专享体系搭建

客户关系维护与内容互动

客户关怀与客服话术体系