

数字化时代营销战略思维升级

课程背景：

随着大数据、人工智能、物联网、云计算等先进数字技术的发展，企业在经历有传统的业务向数字化的转型，在转型过程中，通过数字化的营销方式和技术手段，有效的触达用户、留存用户、转化用户，提高企业的营销效果。在这个过程中，需要进行营销方式的升级迭代，需要通过数字化的营销思维进行系统架构、团队架构和组织能力的提升。当前很多企业还处于纸质化办公时代，无纸化流程、无纸化办公、无纸化营销等还没启动，这在当前的竞争中已经处于劣势，别人都已经使用原子弹、中子弹进行战斗了，你的企业还在使用小米加步枪，连飞机大炮都没有，战争的结果可想而知。数字化是当前企业营销的基本能力，数字化营销思维是企业决策者和运营者的基本思维。如何使用数字化思维进行企业营销的迭代升级？如何通过数字化技术和数字化营销方式实现企业的二次增长？

本课程以此为背景，为企业决策者和管理者、运营者提供思维升级，改变企业营销方式，获取更大的发展空间。

课程收益：

- 帮助企业高层管理者明确数字化营销的价值；
- 通过案例分析，明确数字化营销的操作模式；
- 深入理解和掌握企业数字化营销的转型路径图和所需要的组织能力。

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：企业董事长、总经理等高层管理者；企业老板等创业者。

课程方式：老师讲授+案例分析 +情景模拟+分组讨论

课程大纲

第一讲：趋势篇

1. 数字化时代营销的发展趋势是怎样的？
2. 数字化营销的特征是什么？

第二讲：案例篇

1. 小米是怎么操作数字化营销的？
2. 三只松鼠是怎么操作数字化营销的？

第三讲：明道篇

1. 营销的四个发展阶段是什么？

2. 数字化营销思维模型是什么？
3. 数字化营销战略的核心内容是什么？
4. 数字化营销战略的本质是什么？
5. 数字化营销战略框架升级

第四讲：优术篇

1. 数字化营销的3大核心点是什么？
2. 数字化营销4P模型升级
3. 数字化营销的整体逻辑是什么？

第五讲：结案篇

某化妆品的数字化营销方案分析

结束