

数字经济时代营销新范式-数字化量子营销

课程背景：

数字技术的发展，让企业和用户都有了不同的变化。数字时代的企业的营销方式跟传统时代的企业营销方式发生了根本的变化。用户的消费习惯也发生了根本的变化。数字化平台和数字化技术在市场营销中发挥这举足轻重的作用。传统企业营销中的 4P 也有了新的内涵，产品策略、定价策略、渠道模式、促销模式都发生了很大的改变。数字化时代的品牌建设模式也发生了很大的变化。

当前的营销发生了三大巨变：

- 1) 当前营销形式发生了巨大改变，
- 2) 营销媒体和平台发生了巨大改变，
- 3) 消费者行为发生了巨大改变，

在当前数字化营销时代，企业如何建立适合当前营销现状的营销模式和管理模式？作为企业管理者，结构思维要先于运营思维，要构建适合数字时代的新零售模式，再优化运营效率，才能决胜当前营销时代。企业家如何构建结构化的营销思维？企业又如何利用数字化媒体进行营销和品牌建设，如何打造企业和个人 IP；如何充分发挥每一个员工的能力和能量，做到营销价值最大化；如何建立去中心化、去中介化的营销组织体系；

数字化的时代，需要数字化的营销思维；数字化的营销思维，决定数字化的营销效果。数字化的营销效果，需要数字化的组织能力支持。

伴随着数字化经济的发展和消费能力的升级，人们的需求呈现出多样化、碎片化的特征，市场需求升级倒逼企业营销方式进行转型升级，企业需要替换掉传统的营销管理模式，采用新的管理模式、新的营销模式、新的运营模式，从而建立企业新的商业模式，重构企业的发展基因，刷新企业的组织能力

2016 年英国管理大师、牛津大学丹娜左哈尔教授出版《量子领导者》，首先提出“量子管理”的概念；量子思维与数字化营销技术的结合，可以对企业的思维模式、营销模式、管理模式带来巨大的颠覆性改变。

基于量子管理基础上的营销变革，成为移动互联网时代企业进行营销的新思维、新范式。移动互联网技术将量子的特性发挥的淋漓尽致，用量子思维进行营销的企业获得了巨大的成功。海尔、华为、今日头条、韩都衣舍等都在用移动互联网的思维在做企业的营销和管理的升级变革；因为互联网技术的发展，电商的普及，直播的兴起，企业营销也由原来的 4P 方式升级到 4R，链接为基础，链接用户，链接市场，链接商品，互联网时代的底层逻辑是连接。互联网技术的发展，让自媒体盛行，人人都是品牌，人人都是媒体，人人都可以营销。企业如何对营销思维进行升级，如何对营销操作进行升级，以适应当前的移动互联网时代？

本课程基于对传统营销思维的分析 and 当前移动互联网时代的特性分析，提出企业营销思维和营销范式的升级，推动企业的营销变革。

课程收益：

- 清晰了解传统企业进行数字化量子营销的底层逻辑
- 明确传统企业数字化量子营销的思维框架
- 明确传统企业数字化量子营销达成路径

●明确传统企业在数字化量子营销转型过程中的管理要求和组织能力要求

课程时间：1天，6小时

课程对象：企业高层、中层管理者、市场营销相关人员

课程大纲

第一讲：时代的发展变迁

- 1.管理的发展变迁：传统企业营销管理不适合移动互联网数字化时代的管理范式
- 2.营销的发展变迁：营销 1.0 到营销 4.0 的迭代升级；
- 3.技术的发展变迁：大人物云技术的发展支持营销范式的升级迭代；
- 4.市场的需求变化：市场需求和实现市场需求的价值传递发生了根本的改变；

小结：数字化量子营销走上时代前沿

第二讲：数字化思维特征

1.数字化营销的特征

- 1) 用户连接
- 2) 用户交互
- 3) 用户参与

2.数字化营销的底层逻辑：

1) 量子思维

牛顿思维与量子思维的差异；
量子思维的价值；

2) 量子营销

量子自我
量子纠缠
量子态叠加

第三讲：数字化营销特征

1、 数字化营销概念

2、数字化营销特征

去中心化
去中介化
自媒体化
自营销

3、数字化营销的本质：社交+链接；

第四讲：数字化营销企业案例

- 1、海尔：传统企业数字化化转型的标杆；
- 2、韩都衣舍：原生互联网企业数字化营销基因；
- 3、小米：用户粉丝和用户共创的商业模式模板；
- 4、盒马鲜生：新零售模式的典范
- 5、天下商帮：为已经或即将到来的中年干杯；

第五讲：数字化营销范式升级

- 1) 4P 营销新解：产品、价格、促销、渠道等在移动互联网时代的新内涵
- 2) 数字化营销模型：触达、转化、复购、分享等策略的应用；
- 3) 数字化营销的基础：用户运营
- 4) 数字化营销模式规划：
 - 人人营销；
 - 三社营销
 - 智慧营销

第六讲、传统企业数字化量子营销转型路径

- 5) 量子自我形成：
 - 如何激发员工的工作意愿？
 - 如何赋能员工进行积极营销？
- 6) 数字化营销组织搭建：
 - 数字化营销系统搭建；
 - 数字化营销系统建设：IT+DT；
 - 新零售营销系统搭建：社会化营销矩阵+数字化营销系统；
 - 用户运营体系搭建：SCRM 精准营销系统；
 - 用户运营及裂变体系搭建；
 - 数字化营销组织能力要求；
 - 数字化营销团队能力要求；
- 7) 数字化管理机制升级：
 - 管理考核思路的升级—具备适合移动互联网时代的管理思维；
 - 管理考核方式的改变—建立适合移动互联网时代的考核方式；
- 8) 数字化品牌建设
 - 数字时代的品牌建设思路升级；
 - 数字时代的品牌建设路径：爆品+口碑的品牌建设路径；

结束

拥抱变化，积极转型，致胜未来