

新环境下的整合营销策划及推广

一、课程介绍

随着 Web2.0 和移动数字技术的高速发展，各种新兴媒体如雨后春笋般涌现，移动互联网无孔不入，社会化媒体风起云涌，视频网站如火如荼，微信、APP 方兴未艾……新媒体以排山倒海之势充斥着大众的眼球，也改变着传统的经济和生活方式。“媒介即信息”时代，掌握着媒体渠道也就把控着信息和商业制胜之道，因此，当传统的营销理念从顾客至上（4C）革新至关系维护至上（4R）时，新媒体营销以其灵活、精准、面广、互动、廉价而获得蓬勃发展、潜力无限。在商品经济高度发达的今天，不管是传统企业，还是新兴企业，如果不能整合各种营销传播渠道，不能打造出爆款 IP，不能有效地将品牌植入各种信息流，不能以亲民的姿态获取大众的认可与拥护，就不可能做大做强，甚至于被市场淘汰，失去生存和发展的机会。

二、课程目标

☆ 本课程专门针对企业的实际情况，讲解整合营销策划及爆款打造的要点，从而使企业进一步了解到新形势下的整合营销的理论和原则，激发并产生有竞争力的可以衡量结果的整合营销方案及爆款运营方案。

三、课程收益

在课程结束时，学员将能够：

☆ **了解**：从高处宏观的了解整合营销在新形势下的作用和方法。

☆ **理解**：通过对整合营销策划的各个模块的学习，充分了解到整合营销的各个方法的作用和效果，更重要的是学习和理解其中可以整合的部分和相关技巧。

☆ **认识**：通过对于整合营销的认识和了解，结合自己公司营销业务的实际需求，制定行之有效的整合营销战略和战术，以及相关的效果评估体系。

☆ **掌握**：新时代整合营销以及爆款打造的基本理论、方法论，适用场景，以及效果评估方法和维度。从而运用自如，发挥到整合营销实际业务中去，产生良好的实际效果。

☆ **行动计划**：完整的整合营销营销计划

四、课程时间及对象：

☆ 课程时间为 1 天（7 小时）

☆ 授课对象：市场总监，营销主官

五、培训形式 教案讲授、案例分析、情景演练、管理整合营销、角色扮演、小组讨论等

第一部分：互联网+时代下的如何做营销策划？

1. 整合营销和策划
2. 策划的类型有哪些变化
3. 整合营销策划的优势
4. 整合营销策划的新作用

第二部分：新时代下的如何了解“上帝”并给予他们超级体验？

1. 你了解你的用户吗？
2. 超级体验的“I,C,A,R,E”
3. 什么是“印象”
4. “联系”的重要性
5. “态度”是 100 分
6. “回应”里的学问

第三部分：新时代下整合营销策划内容的变化有哪些？

1. 整合营销策划的 7 大要点
2. 整合营销策划的 7 大原则
3. 整合营销策划的 3 大理由
4. 整合营销策划的 4 大规则
5. 整合营销策划的全景图

第二部分：新时代下如何进行品牌和产品推广更有效果？

1. 新媒体社会化营销 3 大成功要素
2. 新媒体营销传播特点：分众、精准、个性、交互、口碑、长尾
3. 新媒体的特性和结构
4. 如何增强用户体验来提高用户的访问粘性

第四部分：新时代下，大数据助力品类打通和集约化营销？

1. 大数据的作用和集约化营销
2. 程序化购买和新媒体的关系
3. 消费者画像如何应用才可以使效果最大化？
4. 数据库的建立与迭代
5. KPI 及相关设计

第五部分：内容为王 --如何运营新媒体才能事半功倍？

1. 用户管理
2. 后台的设计与 CRM 的对接
3. 数据的统一性和顺畅度
4. 责任分配和整体效果评估
5. 整合营销设计技巧

第六部分：如何打造“爆款”

1. 什么才是好的 IP？
2. 超级 IP 形成的条件是什么？
3. 爆款 IP 的盈利模式
4. 发现挖掘 IP 的价值
5. 爆款 IP 是这样炼成的
 - a) 从优质内容出发
 - b) 从渠道管理出发
 - c) 打造 IP 产出链
6. IP 的运营
 - a) 运营 IP 扩大影响
 - b) 创造 IP 独有的故事
 - c) 打造爆款 IP 的品牌价值