



# 《传统企业转型数字化营销实践方法》

讲师：史杰松博士

## ■课程背景：

这是最好的时代，也是最坏的时代。用数字化武装到牙齿的跨界对手正在虎视眈眈，颠覆与被颠覆从未像今天这样迅速，我们已进入了“我颠覆你，与你无关”的时代。传统企业如何利用数字化思维进行内部创新？移动数字化时代企业如何自我定位？是否需要去中心化？如何通过数字化获客？数字化到底是营销的渠道还是新的商业逻辑？本次课程为您一一解答！

本课程以目前国内数字化金融转型最成功的案例为背景，深入分析企业在变革中涉及到的去中心化管理、数字化人才管理、粉丝经济应用、O2O 实践以及私人董事会畅想等核心理念，系统化学习数字化思维及实操中的应用工具，最终学员结合行业特点共同分析基于移动数字化变革之路。

## ■课程收获：

- 1、数字化与组织：随着 90 后员工的增多，你会发现企业并不缺乏了解数字化的人，也不缺乏创意。缺乏的是数字化人才选拔管理和创新项目管理的机制。通过虚拟团队、双线管理，是以最小的风险进行数字化转型的尝试。
- 2、数字化与客户：传统企业为什么经常搞不过数字化企业，不仅因为我们太有节操了，主要还因为我们太关注自己的定位了。我们经营的主体是我们的产品，而数字化公司经营的主体是客户。品牌和产品要聚焦定位，但企业本身不能被定位限制范畴。
- 3、数字化与产品：跨界这件事，首先从最小可用品做起、从免费做起。也就是说，你要和数字化公司一样，聚焦场景、设计免费产品，它可以带来大量用户。用户有了，客户就找上门了。这是数字化的逻辑。
- 4、数字化与营销：数字化营销有自己的逻辑、方法和特点。并不是把传统营销的方法用数字化渠道推广就可以称作数字化营销。不要责怪自己的员工不转发公司的数字化营销活动，要怪就怪活动策划和文案策划

## ■讲师观点：

- 比上山更难，是下山。放弃既得利益是最舍不得的，所以我们倡导探险队式的创新模式，既不放弃现有利益，又以最小成本在数字化领域进行探索，快速试错。
- 传统企业和数字化企业最大区别是：传统企业经营的是客户，而数字化企业经营的是用户。玩好用户，客户和合作伙伴都会来找你。
- 对关键数字化用户群体进行垂直分类，抓准特定人群的G点，做线上与线下结合的营销互动，一端就是一窝高粘度客户。
- 现在说起银行哪家强，都是哪家对公强、哪家零售强、哪家电子银行强，未来说起银行可能会说哪家餐饮强、哪家旅游强、哪家娱乐强，这就是垂直分类带来的差异化竞争。
- 不要只看着现有业务，你要相信未来最有价值的业务可能现在还没有产生。数字化企业可以做金融，为什么金融行业不能做游戏做媒体？

## ■课程收获：

- 领略数字化经典案例中主要运用的数字化思维和成功要点；
- 了解用户导向和客户导向的区别；
- 收获传统企业向数字化转型的必备要素和主要路径；
- 通过课程，学员自己能列举根据数字化思维可联结的商业伙伴；
- 以客户思维为导向，以极致体验为标准，完成一个最小可用品设计；
- 以小组为单位，完成数字化事件营销方案设计(含标题设计、随机词汇法使用)。

## ■课程时间：

2天，6小时/天

## ■课程对象：

向数字化转型的传统企业战略决策者，高层管理人员、市场总监、营销总监、品牌策划、创新渠道、产品、销售、客服、电商等业务负责人

## ■课程方式：

讲师讲述、案例分析、分组讨论、互动答疑、模拟演练等方式

## ■课程大纲：

引入：这是最好的时代

1. TAB 的时代
2. 我们面临的市场现状
3. 数字化思维综述

教学方法：视频、讲授

## 第一章：组织架构的数字化

### 一、从去中心化开始

1. 企业去中心化的优势和必要
2. 去中心化的成功案例

教学方法：讲授

### 二、我要上火星

1. 虚拟团队的建设

2. 虚拟团队的价值

教学方法：案例分析、测试

### 三、火星人的生存法则

1. 虚拟团队管理

教学方法：讲授

## **第二章：不一样的客户肖像**

### 一、得屌丝者得天下

1. 屌丝经济理念引入

教学方法：讲授

### 二、屌丝的特征使用

1. 数据绘制客户肖像

教学方法：讲授

### 三、从屌丝到粉丝

1. 粉丝经济的能量

2. 粉丝的特征

3. 粉丝的价值

教学方法：讲授、视频

### 四、用户进化路径及价值图谱

1. 如何吸引好奇的路人

2. 如何促动体验的用户

3. 如何发挥粉丝价值

4. 如何打造粘性的社群

教学方法：讲授、案例、练习

### 五、标题设计

1. 四种抓眼球的标题要素

2. 从 1w 阅读到 10w 阅读

3. 标题设计练习

教学方法：讲授、演示、练习

## **第三章：跨界式的产品设计**

### 一、数字化公司与传统企业的区别

1. 概念引入

教学方法：讲授

### 二、章鱼粉丝团案例分析

1. 企业怎么玩粉丝经济

教学方法：案例分析

2. 虚拟社区的建设与管理

3. 基于使用场景的产品设计

4. O2O 模式

工具：随机词汇法

1) 使用步骤

2) 使用要点

练习

教学方法：讲授、演示、练习

#### 四、抓住痛点，打造极致体验

工具：MVP 设计逻辑

1. 用户分析

2. 痛点抓取

3. 场景描述

4. 功能聚焦

教学方法：讲授、提问、练习

### **第四章：娱乐化到营销模式**

#### 一、数字化营销的特点

1. 数字化营销与传统营销的区别

2. 如何设计营销内容

3. 数字化营销文案撰写

4. 推广渠道分析

教学方法：讲授

#### 二、37 城快闪案例分析

1. 众筹众创

2. 多元化的价值

3. 娱乐化与参与感

教学方法：视频、案例分析

#### 三、活动策划三板斧

1. 自黑要素设计

2. 如何让活动好玩

3. 人性化要素

教学方法：讲授、案例

工具：娱乐化营销策划流程

1) 营销策划八步法

2) 活动策划练习

教学方法：讲授、练习

### **第五章：寻找新的盈利模式**

#### 一、找到共赢的伙伴跨界的合作平台

教学方法：讲授、案例分析

#### 二、比收费更贵的免费

1. 免费是基本法则 20 讲授

2. 衍生产品与增值服务

#### 三、众筹咖啡案例分析

1. 私人董事会模式

2. 案例分析

3. 数字化思维下的盈利模式

**教学方法：**案例分析、练习

**注：**课程中涉及到的“我要上火星”、“章鱼粉丝团”、“37 城快闪”、“众筹咖啡”等均为讲师个人真实实操案例。