

《数字化时代品牌营销》 《智能营销》

熊友君博士

课程背景

从传统经济到数字经济，从互联网+到智能+，一个时代一套品牌营销模式，互联网+消灭了信息不对称智能+实现改变产品形态，用过去的旧地图永远找不到今天的新大陆。

传统时代产品即品牌营销，产品品质决定了品牌营销的维度及营销方式。工业化时代产品无限化而心智有限化，工业时代的品牌营销即占领人的心智，进入品牌定位时代。而今天 IABCD 物联网人工智能云平台大数据风起云涌。数字化时代由数据算法算力重新定义决策方式，品牌营销重新改写。

2013年9月3日诺基亚现任董事事会主席 约玛.奥利拉在记者招待会上最后一句话：

“我们并没有做错什么，但不知为什么，我们输了。”

说完连同他在内的几十名高管不禁落泪。曾经的诺基亚在手机行业傲视全球，今天却落到了如此地步，到底谁错了。都没错。昨天还是大鱼吃小鱼的时代，而今天是快鱼吃慢鱼的时代！

当今社会，数字经济、大数据、物联网已成为社会的浪潮，谁先占领潮头谁就先占领市场，未来没有最好的模式，把你的产品做到客户的手机里就是最好的赢利模式！

你可以不上新媒体，但是百家号、头条号有你的传说！

你可以不重视微视频、直播电商已经时时在影响你的工作、生活和决策！

你可以不做智能营销，但是你的竞争对手已经开始做了！

环境天天在变，而我们的营销却为什么一成不变呢？

课程目标



- ◇ 转变思维,改变从观念开始,系统学习新观念新方法新逻辑
- ◇ 学习利用大数据新媒体营销进行营销整合,实现微搜索引量、抖音直播电商引流,微信交流,智能营销?
- ◇ 如何根据移动互联网环境下的营销创新。
- ◇ 新媒体营销环境调整管理,实现管理提升?
- ◇ 掌握直播电商、病毒营销设计、新媒体营销方法和工具。
- ◇ 掌握“管理七步法”,快速提升营销业绩。
- ◇ 如何制定营销手册、营销宝典。

培训时长

- ◇ 两天 (每天 6 小时,共 12 小时)

课程对象

- ◇ 董事长、总裁、CEO 企业经营人员
- ◇ 营销总监、市场部经理等企业中层管理人员

一、数字化影响深远,环境变了,营销体系必须转变

- 1.集团面对数字化的持续压力(广告失灵、客户流失、年轻人不感兴趣、收入减少,市场份额下降,怎么办?压力就是动力!

“过去抽大烟,现在玩手机”,都是被毒害的 😄,互联网用户 15 亿,手机用户 12 亿,微信用户 8 亿。

- 2.用户大切换,从劳动者红利到数字消费者红利,从 60 后到 95 年消费者变化规律主线一个时代一个营销方式,饭圈、废财、年轻人的方式你不懂

2 数字消费者形成数字共和国



数字共和国住民

参与感+仪式感 参与感+幸福感



3.努力只能把事情做好，跟对趋势才能把事情做对，数字化发展趋势是什么？背后的逻辑是什么？

数字化改变下的衣食住行。

数字化时代的营销十大趋势

案例学习：

模式学习：保险、银行的成功秘密？模式是什么？

金融科技五大趋势是什么？

理发是直接收费，美容业为什么没有延续理发收费模式？

二、思维重构：从效率最大化到价值最大化，向最成功的企业学习、成功模式，学习移动互联网思维进行营销创新

思考：

1、如何挽救共享单车？

三、智能营销罗盘（十大操作手册）

1. 树概念

2. 定用户

3. 立场景

4. 讲故事

5. 强体验

6. 做曝光

7. 设IP

四、私域流量核心模式的秘密

8. 水军模式，“你可以不在江湖，但江湖上一定要有你的传说”只有占有媒体，才有话语权，

话语权

8.1 三代营销的总体规划

8.2 小程序引流

8.3 私域流量三大技巧

8.4 自媒体模式

8.5 直播引流

8.6 病毒营销引流及设计

8.7 App 模式

案例：拥有 230 万粉丝的公众号，屌丝逆袭高富帅，全国巡游

有了 1000 万粉丝、卖手机、卖配件、卖什么成什么

五、实战智能营销，必杀技