

营销模式创新与精准营销

课程简介：

精准营销，企业可以利用这一手段结合大数据分析方式，将信息准确的推送到客户。精准营销可以深度挖掘潜在客户，减少资源投入，为供应链提供准确的信息，极大的提高企业的运营效率。

培训目的：

通过学习掌握精准开发客户的技巧，精准定位人群，减少公司营销推广的投入，增加客户满意度，提高成交率。

课程时间：2天，6小时/天

培训对象：终端门店区域经理、零售经理、商场经理等营销体系人员

课程方式：讲授+案例分析+小组讨论+情境演练+视频教学

培训课程要点

精准定位：锁定目标客户

1. 市场细分遵循的几个原则？
2. 如何精准确定我们的目标人群
3. 寻找客户的方法有哪些
4. 客户分析的四个重点

工具：市场定位的 PET 法

案例：步步高音乐手机到 OPOP/vivo 目标群体的定位

客户购买模式

客户购买类型

客户购买决策

影响客户购买的因素

案例：三星手机打动消费者的核心

案例：iphone 手机推广策略

案例：宋慧乔代言步步高手机

案例：形象代言如何操作见效果

案例：360 老总周鸿祎谈如何抓住客户痛点

大数据时代的精准营销

1. 客户身份数据
2. 洞察客户的喜好
3. 预测客户的购买倾向

客户的精准管理

客户画像的智能终端

客户画像的方法

客户画像后的 RFM 分析法

客户画像后常数数据分析图表

建立客户连接点

线上线下的组合营销方案

精准营销的社群化营销

1. 营销主题确立的套路
2. 消费文化与网红
3. 年轻人的消费习惯
4. 增强客户体验的方法
5. 新零售用户开源与引导
6. 线上的客流导入线下商家
7. 转换率 VS 平效
8. 曝光率 VS 产品陈列
9. 新零售与社群营销
10. 建立的社群为何无效
11. 社群构成的 5 个要素
12. 新型渠道：天网/地网/人网的形成

案例：小米手机的参与感

案例：李佳琦的抖音直播带货

案例：网红李子柒的中国故事

案例：五粮液郫酒的营销的：一石六鸟

案例：江小白文案的启示

工具：品牌背书增值法

终端动销的十大法则

法则一：生动法则

法则二：流量法则

法则三：复购法则

法则四：跟随法则

法则五：气势法则

法则六：诉求法则

法则七：价格法则

法则八：利益法则

法则九：便捷法则

法则四：团购法则