

## 创变数字营销塑造品牌年轻化

### 课程背景：

既有营销方式已很难触达目标消费者，且随着 90 后、00 后成为社会消费驱动力，“难以找到赢得市场未来的方式”已成为众多企业的共识。

### 课程收益：

数字营销领域发展趋势，最新的数字营销方式和成功案例  
数字营销思维和认知年轻群体互联网应用状态，以及泛娱乐文化营销的价值。

### 课程大纲：

#### 一、数字时代的消费者

数字消费者群体划分

消费者数字化程度

消费者行为偏好

消费者特征

数字时代与消费者沟通路径

#### 二、数字媒介环境

信息发布介质变化

信息发布平台变化

信息发布方式变化

三、技术与营销手法

大数据与营销规划

热点营销手段

移动营销

社交营销

内容营销

视频营销

营销新观点

三、大型品牌商的态度与行动

世代迁移带来的思考

消费者需求变化与价值链生成路径变迁

新营销四项基本原则

新营销领域涵盖与基本功能

新营销品牌力影响路径

新营销解决策略

营销变革带来的思索

四、移动互联网是内容的时代

内容的分类策略

内容的输出策略

内容的传播策略

产品级内容开发

五、品牌人格化——品牌即人

案例解析

清晰的品牌价值主张

品牌亚文化与二次元经济

品牌社群化