

《用户画像及分场景营销》

讲授专家：李勇

培训对象：市场、客服等职位（总监、经理、主管）

课程时间：

课程背景：

在互联网逐渐步入大数据时代后，不可避免的给企业及消费者行为带来一系列改变与重塑。其中最大的变化莫过于，消费者的一切行为在企业面前似乎都将是“可视化”的。随着大数据技术的深入研究与应用，企业的专注点日益聚焦于怎样利用大数据来为精准营销服务，进而深入挖掘潜在的商业价值。于是，“用户画像”的概念也就应运而生。那么基于“精准画像”下的场景营销又该如何实现呢？本课程将详细讲解。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

掌握基于互联网时代的用户画像设计；

掌握基于用户画像的分场景营销；

课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	新时代营销新法则	1、新的环境，营销需要换思路 2、什么是互联网时代的营销新法则 3、场景能让营销更深入人心 4、如何深入目标客户的社群 5、内容创造是营销传播的本质 6、如何引爆传播链条	本单元让学员了解新时代的营销变化
单元二	用户画像都包含那些元素	1、用户画像与标签体系描述 2、用户密度分析与热力图展示 3、用户购买倾向预测 4、通过图像搜索服务进行场景化分类	本单元让学员明确消费者画像分析的维度
单元三	用户画像分析应该怎么做	1、客户细分维度选择 2、客户细分维度处理及案例 3、客户细分目标 4、客户细分办法比较	明确消费者画像分析应该怎么做
单元四	新的营销场景	1、什么是场景 2、营销中的时间场景 3、挖掘日常场景中蕴藏的机会 4、用户诉求是场景的灵魂 5、基于场景下的营销 6、如何获取客户关注 7、让业务回归本地 8、如何在场景中洞察消费者的购买动机 9、情绪也是一种场景	学习互联网时代营销场景的具体应用
单元五	深挖用户需求，	1. 什么是客户视角	掌握客户视角

	聚焦客户场景地图视图	<ol style="list-style-type: none">2. 秒变用户，秒入场景，秒算收益3. 什么是客户场景视图？4. 如何对业务场景视图进行再细化5. 如何针对不同的场景深挖用户诉求6. 如何针对不同的场景去做分场景营销策略	思维与场景分解地图工具
--	------------	--	-------------