

互联网消费金融渠道开发与管理

主讲：金玉成

课时安排：2天，6小时/天

课程对象：

课程收益：

- 1、洞察互联网营销、移动互联网营销、电子商务营销及全网整合精准营销现状
- 2、理论、观点、案例、趋势、策略与实操融为一体，知到、学到、用到、得到
- 3、培养熟知行业、消费、品牌与战略，并能对接企业决策的互联网营销人才。
- 4、掌握三十六套全网整合精准营兵器，搞懂，并能运用；
- 5、掌握低成本引爆品牌影响力的互联网营销方式，以及操作内幕，案例分析
- 6、掌握重点产品爆破的互联网整合营销方式，以及操作内幕，案例分析；
- 7、针对性掌握我行应该采用的互联网营销战略与战术系统；
- 8、低成本、快节奏找准新零售渠道的脉搏，电商运营全面揭密，电商成败案例深度、独家、全面解读；
- 9、化解企业与经销商的互联网困境，解决摸不准互联网营销脉搏、找不准互联网营销方式的棘手问题。

授课方式：

包括但不限于：理论讲授、案例分析、互动提问、小组研讨、现场模拟、工具分享、启发教学、行动学习、教练辅导

课程大纲：

一、场景化营销到底是个什么梗？

- 1、场景营销是什么
- 2、场景营销的本质与特点
- 3、场景营销的类型
- 4、场景的构成要素（用户、浏览动机、交易动机、界面、可用性等）
- 5、场景营销对企业经营提出的要求（用户参与设计、营销工具等）
- 6、场景营销的市场现状分析

二、场景营销案例解读

- 1、工行、中国银行、农业银行、建设银行等传统银行的场景营销案例点评
- 2、京东白条、蚂蚁花呗、苏宁消费金融等互联网消费金融产品场景营销手法与成果分析
- 3、通用等汽车消费金融营销战果
- 4、阿里小贷、借贷宝、宜人贷等贷款产品的场景营销案例点评
- 5、名校贷、来分期等校园消费金融产品的场景营销案例解剖
- 6、京东与天猫的场景营销布局比较
- 7、宜家家居的场景营销
- 8、滴滴与uber的场景营销
- 9、三只松鼠、韩都衣舍等电商品牌的场景营销
- 10、海尔、格力与美的等品牌在场景营销方面的策略、成果
- 11、e代驾的场景营销、猎聘网的场景营销案例
- 12、宿务航空的防水喷漆二维码广告，平时隐形，雨天出现；WWF的大

地餐厅，以地面为灶台烹饪食物，感受气候变暖

13、维多利亚的秘密“擦屏幕看性感模特”

14、红牛换手机课堂场景营销案例

15、五月花卫生纸画廊、阿尔山环保手写瓶、Nike 夜光足球场等。

三、三种情况下的消费金融场景营销设计

1、线下开拓的场景营销（搭建、资源投入与保障、评估、转化）

2、电商的场景营销（官网、官方商城等）

3、银商联盟的场景营销

四、依托不同互联网平台的场景营销

1、微信场景营销

2、百度场景营销

3、官方网站场景营销

4、微博场景营销

5、本地虚拟社区场景营销

五、场景如何落地，如何激活交易欲望

1、场景的环境塑造（视觉、听觉、触觉、感觉、味觉）

2、需求的发现（发现用户正在及将要产生的需求、关联需求）

3、场景告知（36套兵法让潜在客户知道你的场景）

4、WIFI与基于位置、基于时间、基于兴趣、基于关联购买

5、搜索场景占领（如何设计搜索营销场景，引导搜索流量）

6、浏览场景设计（今日头条、微信公众号/朋友圈、新闻客户端、网媒等）

7、交易场景设计（天猫、京东、唯品会等电商平台的交易场景搭建）

六、场景营销的投入要求

1、软性投入（大数据；移动互联；广告定向投放；海量曝光、流量导入等）

2、硬件投入（氛围营造、WIFI设备、流量入口建设等）

七、场景营销服务商分析

1、爱咋咋 iBeacon-Cloud 基于位置的精准营销云平台

2、光音网络的小云 WIFI 和广告家 场景营销自助平台

3、Granify、Hubspot 的场景营销解决方案

4、搜狗搜索的场景营销方案

5、百度的场景营销方案

6、腾讯提供的场景营销方案

7、其它场景营销服务商与软件工具评价

八、课程回顾与互动答疑