

# 企业数字化营销

——助力零售业务向批量化开发转变，对公业务向智慧化转变

## 课程背景：

很多企业存在以下问题：

- 不清楚数字化营销对企业发展有什么影响？
- 不知道如何提升企业数字化营销能力？
- 不知道企业如何开展数字化营销工作？

## 课程特色：

- 原创企业数字化营销方法论。
- 深度结合企业数字化营销方案设计与执行的知行果合一。
- 解读实战的企业数字化营销案例。

## 学员收获：

- 学习领先的企业数字化营销方法论。
- 学习如何进行企业数字化营销业务设计。
- 学习如何设计企业数字化营销方案。

授课老师： 坚鹏

培训对象：企业数字化营销相关人员；课程设置时间：3 小时

## 课程大纲：

### 一、企业数字化营销的发展现状

- 1、什么是数字化营销
- 2、数字化营销分类
- 3、数字化营销的主要使命

### 二、企业数字化营销能力分析

- 1、数字化认知能力
- 2、数字化推广能力
- 3、数字化销售能力
- 4、数字化运营能力
- 5、数字化服务能力

### 三、企业数字化营销触点

- 1、客户体验
- 2、用户体验
- 3、招商企业提升客户体验案例分析

#### **四、企业数字化营销业务设计**

- 1、客户选择
- 2、产品设计
- 3、盈利模式
- 4、业务活动范围
- 5、关键控制点
- 6、风险管理

#### **五、企业产品策划与数字化营销能力提升行动**

- 1、企业数字化营销案例（用3个案例说明如何利用数据挖掘探寻用户需求并解决相关问题）
- 2、场景营销活动案例（包括权益裂变类、习惯养成类、事件营销类、公益活动类等）
- 3、数字化营销整体方案设计（包括数据整合、用户洞察、全生命周期营销等）
- 4、强化数据治理——数字化营销的基础
- 5、用户价值挖掘与价值评估（包括用户画像分析示例，建立以用户为中心的服务场景等）
- 6、制订“千人千面”的营销推送策略（场景驱动、人机结合、精准推送）
- 7、制订用户全生命周期营销策略（包括引入期、成长期、成熟期、休眠期等）
- 8、沉睡用户激活策略
- 9、潜在流失用户召回

#### **六、内容总结与行动计划**

- 1、内容总结
- 2、心得分享
- 3、问答与交流

#### 4、行动计划

练习：根据工作中存在的问题和实际情况制定行动计划