

新零售框架下的营销创新与精准圈层营销

高云鹏 老师

课程背景

在市场环境巨变的当下，企业营销急需不断优化迭代以适应时代需求。如何在新零售思维的指引下实现营销创新，如何能通过精准圈层营销、社群营销将营销创新战略有效落地，是本课程聚焦的核心重点。

课程收益

在为期两天的课程中，学员将掌握营销创新策略及创新方法论，更好的结合行业、企业自身特点，制定符合实际需求的营销创新计划，并付诸实施。获得圈层营销思维、掌握圈层营销实战心法，并通过社群营销等营销抓手加以落地应用。

课程受众

企业营销相关岗位负责人、中高层管理者。

课程大纲

DAY 1 营销创新方法论

一、消费品市场的观察框架

- 1、2023年消费市场新变化
- 2、零售渠道新风向
- 3、乳业市场竞争新格局

二、解构新零售底层逻辑

- 1、案例解析：新零售模式驱动下的行业黑马
- 2、如何理解新零售
- 3、六“新”驱动力（新零售新在何处）
- 4、深度解析：人+货+场=新零售（商业结构的重构）

三、新零售框架下的消费者深度管理

- 1、消费者深入洞察
 - 消费者管理矩阵（人群定位/消费心理/购买行为）
 - 消费者的四种角色
- 2、客户消费心理分析

- 五大消费心理定律
 - 客户为什么会买单
- 3、躬身入局：新生代消费者研究
- 90/00 后消费者的特性标签
 - 新生代消费者购买心理与购买行为浅析
 - 案例分析：新生代消费者的“心灵捕手”

四、新零售框架下的产品创新营销

- 1、案例分析：新零售驱动下的新产品风潮
- 2、产品创新方法论
- 3、爆品思维与推广

五、新零售框架下的产品场景营销与顾客体验

- 1、案例分析：场景营销的 N 个可能
- 2、场景营销的价值
- 3、顾客体验旅程图——基于客户体验和场景思维的营销闭环设计
- 4、互动：我是体验优化师

六、新零售精准圈层营销

- 1、圈层营销的现状
 - 有用户无粉丝
 - 有产品无关系
 - 有品牌无 KOL 圈层
- 2、新零售时代圈层营销的基础
 - 内圈层 – 核心价值
 - 外圈层 – 精神附加值
- 3、圈层营销的四大特点
 - 高端小众
 - 精准营销
 - 方式多样
 - 线上线下联动
- 4、精准定位你的用户
 - 做减法 – 聚焦用户群

- 描画像 – 将用户形象化
- 5、深入洞察你的用户
- 艺术品位
 - 兴趣爱好
 - 消费动机
 - 消费心理
 - 消费习惯
 - 休闲方式
 - 行动学习：圈出你的用户圈层
 - 产出：描绘出产品的用户圈层画像
- 6、用户需求
- 圈层影响力模型 TM
 - 认知/好感/美誉/依赖/推崇
- 7、让用户说出真正的潜台词
- 识破“言不由衷的谎言”
 - 洞察“不可告人的秘密“

DAY 2 玩转圈层营销与社群营销

一、社群思维与营销价值

1、社群营销的底层逻辑

- 社群到底是什么
- 社群营销的本质内涵
- 社群思维出发点

2、社群及社群营销的价值

- 社群营销的价值
- 如何打造一个“有前途”的社群
- 社群营销的三个核心问题

二、社群运营方法论

1、社群营销开始前必须考虑的 5 个 W

2、四维解读社群运营的核心点

3、如何营造社群活力

- 群的生命周期
- 社群短命的七宗罪
- 社群活跃度与群发言比
- 社群运营三大抓手
- 社群活力的四个要素
- 高效的社群分工

4、社群粘性打造

- 社群粘性如何提升
- 群服务

5、社群互动方法

- 社群互动常用 7 种方法
- 不同群体的利益需求与关注点
- 案例分析：如何实现高效互动

6、社群裂变

- 羊群效应
- 顾客对一场营销活动的四种心理反应
- 裂变逻辑的核心要素
- 裂变海报
- 社群运营的排兵布阵
- 社群裂变方法论

三、社群营销转化（变现）

1、影响社群成交的因素

2、销售额从哪来

3、社群转化与场景成交

4、社群运营创造价值的核心公式

5、社群导流的六种技巧

- 线下课/活动引流
- 价值引流

- 从身边开始引流
- 微信群引流
- 异业伙伴引流
- 线上平台以及内容引流

6、社群转化三步走

7、社群成交的五种套路

- 抛出问题，吸引顾客
- 解决方案，专业分析
- 产品卖点，核心塑造
- 助销展示，案例场景
- 下单引导，限时限量