

《市场营销理论与数字化转型实践》

主讲：李福东

【课程背景】

在当今高度竞争激烈的商业环境中，信息技术（IT）已成为推动市场营销创新的关键力量。随着大数据、人工智能、机器学习和云计算等技术的兴起和成熟，IT部门不再仅仅是企业运营的支持者，而是变革的引领者和业务增长的催化剂。然而，IT专业人员往往专注于技术的实现与优化，而忽略了市场营销的重要性，这在一定程度上限制了他们为市场营销带来的价值最大化。

市场营销理论与实践的不断进步，特别是在数字营销领域，要求IT人员不仅要精通技术，还要具备市场洞察力，理解客户需求，并能与营销团队密切协作，共同设计和实施有效的市场策略。为了桥接这一知识与实践的差距，本课程旨在为信息技术人员提供市场营销的基础理论和应用知识，以便他们能够在技术与营销的交汇处发挥更大的作用。

通过这一全天培训课程，学员将学习到从消费者行为到数字营销策略的核心概念。更重要的是，课程将重点讲授数据分析在营销决策中的应用，帮助IT人员理解如何通过数据洞察来指导营销策略，并使用客户关系管理系统以及营销自动化工具，从而提升市场营销的效率和效果。

【课程收益】

- 市场营销理论的全面理解：学习市场营销的基础理论，理解营销活动背后的逻辑和策略；
- 掌握数字营销技能：获取数字营销的关键知识，了解如何在网络平台上推广品牌和产品；
- 增强跨部门协作：提高与营销等其他业务部门合作的能力，促进团队间的有效沟通。

【课程特色】 案例与场景式教学；逻辑清新、循序渐进；激发创意、指导实践

【课程对象】 市场营销人员、信息技术人员、数字营销管理人员等

【课程时间】 1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、市场营销基础

1、营销理论基础

- 营销的定义
- 营销管理的发展历程

2、营销组合理论（4P）

- 产品策略（Product）基础
- 价格策略（Price）基础

- 分销渠道 (Place) 策略基础
- 推广 (Promotion) 策略基础

3、消费者行为概论

- 消费者购买决策过程
- 影响消费者行为的因素

三、数字营销理论

1、数字营销基础

- 数字营销的概念和重要性
- 数字营销的主要渠道

2、搜索引擎营销

- 搜索引擎优化 (SEO) 的基本原理
- 搜索引擎营销 (SEM) 的基本操作

3、社交媒体和内容营销

- 社交媒体平台的营销策略
- 内容营销的规划与实施

案例：谷歌-大众汽车、宝洁-品牌关键词、亚马逊-动态搜索广告

案例：红牛-内容营销、德芙-真实之美、可口可乐-分享之乐、老干妈与腾讯的互动营销

四、数据驱动的营销决策

1、数据分析在营销中的应用

- 市场分析和消费者洞察
- 营销数据的收集与分析方法

2、客户关系管理 (CRM)

- CRM 系统的功能与重要性
- CRM 在市场营销中的应用案例

3、营销自动化

- 营销自动化工具概览
- 营销自动化的实践指南

案例：Zara-快速时尚模型、优步-动态定价机制、SAP-宝马、Salesforce-美国运通

案例：小红书-内容营销自动化、滴滴出行-实时营销