

# 《数字营销带来的转变》课程大纲

——新时代下营销思维转变

主讲人：何云鹏

## 【课程背景】

随着电子商务蓬勃发展传统商业企业举步维艰，这两年的疫情常态化更是让传统营销雪上加霜。随着电子技术发展及互联网的不断升级，数字营销成为了热门话题。企业如何进行数字化转型成为传统商业的急需突破。其实回到营销的底层逻辑，我们可以正确认识到数字化对于营销的营销，进而寻找到数据化转型也就迎刃而解。何老师通过对于营销底层的分析与大家一起探讨数据化转型思路

## 【课程收益】

- 一、认识营销的底层逻辑
- 二、学员理解在掌握 3 分析问题的方法
- 三、分享新媒体的特点及主要受众
- 四、启发学员探索适合本企业的数字营销方法
- 五、避免常见的误区

【课程时长】 1-2 天 (6 小时/天)

## 课程内容

### 开篇

什么是市场营销

市场营销的几个发展阶段和特点

案例说明

### 第一讲：数字营销给品牌的启示

- 一、 技术与数字营销
  - 1. 几个典型的数字营销案例
  - 2. 数字对财务的影响
  - 3. 数字对物流的影响
  - 4. 数字对于消费者的影响
- 二、 数字营销将给品牌带来哪些变化
  - 1. 渠道的变化
  - 2. 促销的变化
  - 3. 宣传的变化
  - 4. 产品开发的变化案例说明
- 三、 几个值得分享的数字营销案例

1. 资生堂
  2. 林清轩
  3. 欧莱雅
- (客户可以提出其他品牌，需要查找)

#### 四、 数字化机遇及核心能力挑战

1. 品牌要如何看待数字化
2. 品牌的核心竞争力是什么
3. 品牌数字化的优势与挑战
4. 如何确认品牌数字化的边界  
案例+视频

#### 五、 营销裂变

1. 裂变的几种常见方式
2. 裂变对于引流方式的改变
3. 裂变对于促销方式的改变
4. 裂变对于信息收集方式的改变  
案例分享

#### 六、 新媒体资源的特点

抖音、快手、腾讯、bilibili、小红书  
(客户可以提出自己想了解的平台)

#### 七、 视频号的构建

1. 品牌诉求是选择平台的基础
2. 如何理解直播与视频  
案例+视频 (讲解分析)

#### 八、 数字化过程中的常见误区

1. 过分追求大而全
2. “时间不等人、干起来再说”
3. 只见树木不见森林
4. 只有数据没有生态

结束：对于数据化营销的预测与探讨