

《互联网+形式下的创新思维》

注：因培训需求各异，以下内容仅供参考，实际内容会根据企业调研时的需求，进行相应的调整。

【课程背景】

- 互联网+：互联网的兴起对传统企业的冲击不仅仅是信息的冲击，而是观念的冲击，经营模式的冲击，互联网的新兴企业用了完全不同的方式来面对商业问题。
- 创新营销：创新营销到底是用创新的方法营销还是用营销的方法创新，互联网界是有不同解读的。传统企业有着本身的品牌，产品，供应链等等优势，借助互联网的新思维可以做到事半功倍。

【本课程将帮助管理者】

- 完整且详细的了解互联网世界
- 学会并理解互联网产品、用户思维
- 学会互联网的创新策略
- 理解互联网化的营销团队

【培训对象】

企业主，营销负责人，经营高管

【课程用时】 2天/12H

【课程大纲】

一、 全面认识互联网

- 1 互联网的全面分类
- 2 互联网的变化是如何来的
- 3 互联网给我们的营销会带来什么影响

二、 互联网+时代下营销的产品思维

- 1 点线面体的判断决定成败
- 2 用营销思维构建产品势能
- 3 互联网最常用的峰终定律
- 4 以快制胜的互联网法宝
- 5 经典案例解析
 - 5天做好一个机器人——Google的设计冲刺
 - 上瘾模型
 - 互联网产品的三层次

三、 互联网+时代下营销的用户思维

- 1 互联网人眼里的客户分类
 - 2 营销就是抓用户心理
 - 3 构建已有客户的骰子模型
 - 4 不按套路出牌的重构价值
 - 5 客户价值的使用公式
 - 6 经典案例解析
- 数据挖掘的奥秘
 - 让你欲罢不能的淘宝套路

四、互联网+时代下营销的系统思维

- 1 互联网公司从来不单独看营销问题
 - 2 降维打击——三级火箭模型
 - 3 互联网公司如何用“系统”管理团队
 - 4 营销革命——让销售成为流水线上的工人
 - 5 经典案例
- 阿里巴巴如何让 14000 名销售动作统一的？
 - 你看不见的互联网营销团队背后

五、互联网+时代下营销团队的变化

- 1 为什么常用的管理手段今天都失效了
- 2 团队离职率的困惑
- 3 用数据看看新生代的营销团队

4 新生代营销团队的管理策略

5 传统企业的新老融合切入