

《互联网+营销创新体系》

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。
- 体系：在互联网时代在，任何单点的能力会被不断弱化，从人员的选用预留，项目进展的过程控制，产品意识和营销模式的创新，系统化的升级才能赢得营销业绩的提升。

【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

- 学会使用系统化的管理方法控制团队及业绩
- 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】

D1:放眼外部，看营销世界的变化

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+时代下客户关系的变化

- 1 客户究竟是不是上帝？
- 2 理解客户让渡价值，产品很好也可能卖不出去
- 3 营销世界被拉平的交易成本模型
- 4 营销人怎么做才能做到“用户视角”
- 5 客户关系 VS 客情关系
- 6 如何用营销让产品增值

D1:着手内部，系统化搭建业务体系

六、团队搭建——业务管理者最容易忽视的重要工作

1. 如何破除散点思维，构建系统化思维
2. 人才的矛盾，人才标准的建立
3. 营销团队选人的二维四象限工具
4. 以业务为导向的非常规招聘渠道
5. 很多团队的崩盘是早就注定的
6. 使团队快速成长的培养策略
7. 如何能让团队指哪打哪？

七、流程搭建——做好业务的 SOP 是营销管理者最重要的工作

1. 如何破除散点思维，构建系统化思维
2. 知其然更知其所以然——业绩障碍识别
3. 四步复盘法，让业绩进步持续
4. 如何用大树法构建业务的 SOP

八、思维迭代——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. 非互联网企业如何找准调整切口