

数字化时代营销创新与变革

课程背景：

随着大数据、人工智能、物联网、云计算、ChatGPT 等先进数字技术的发展，企业在经历由传统的业务模式向数字化的模式转型。在转型过程中，涉及到企业的员工思维、管理范式、营销模型、组织形式、商业模式等全方面的转型和变革。营销和创新是企业的两个重要工作，在当前数字化时代，企业营销需要将传统的营销方式和手段，跟数字化的工具和营销方式和手段结合，打通线上线下，重塑品牌构建方式，重构企业营销模式和增长方式，数字化时代的营销，企业的营销方式和策略、考核指标和达成方式、企业增长的底层逻辑等发生了很大的变化，传统企业的管理者需要基于数字化时代的特征，重塑企业营销的策略、方式、知识、团队，当前的营销方式进行升级迭代，对营销战略、营销策略、团队架构和营销能力进行改变和提升，从而打造企业在数字化时代的核心竞争力，实现企业在数字化时代的二次增长。

很多企业经过多年的快速发展，成长为知名的品牌，也布局了大量的线下实体店，但企业长年维持在一个亿到十个亿之间，甚至企业业绩多年没有增长，长年徘徊不前。数字化时代，企业面临着如何对品牌进行升级？如何与年轻的消费者建立连接和认同，获取更多销售机会？如何重塑企业的营销体系，通过数字化技术提升企业的运营效率和营销效率？如何打通线上线下，通过数字化技术赋能线下实体店，提升线下实体店的业绩？如何布局业务板块，突破业绩瓶颈，实现业绩的快速增长。

本课程以此为背景，为企业决策者和管理者、运营者梳理营销思维，制定营销策略，改变企业营销方式，获取更大的发展空间。

课程将以营销体系与策略为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员构建科学的营销体系，深刻认知数字化时代的营销环境与框架体系是什么？明确数字化营销机会与挑战在哪里？掌握如何实现传统营销和数字化营销的融合？如何打通线上线下营销系统和流程？如何提升企业在数字化时代的整体营销能力？使学员学之解惑，学之能用，实现企业新的经营增长突破点。

课程收益：

- 建立数字化时代的全面、科学的营销思维和营销架构系统；
- 掌握数字化时代营销战略和品牌规划的制定模型和策略；
- 掌握营销执行的落地模型工具和方法论，制定科学落地策略，构建企业营销效果达成体系；
- 通过合理的策略，找到品牌和业绩快速增长曲线

课程时间：6 小时

课程对象：企业董事长、总经理等高层管理者；企业老板等创业者，企业营销负责人。

课程方式：详细的案例讲解，干货呈现，实战性强，课程逻辑清晰、实战讲解，学之能用；案例精彩，借鉴性强；采用老师讲授+案例分析 +分组讨论的形式呈现课程内容；

课程大纲

第一讲：趋势篇

1. 数字化时代营销的发展趋势是怎样的？
2. 数字化时代营销的特征是什么？
3. 传统营销范式失效的原因是什么
4. 营销发展的四个阶段
5. 数字化营销策略的变革

第二讲：战略篇

- 1、如何制定合理的营销策略？
- 2、如何进行品牌定位及再升级策略？
 - 1) 品牌的定位策略；
 - 2) 数字化时代品牌打造策略；
 - 3) 品牌再升级策略系统；
- 3、如何对目标用户进行定位？
- 4、如何对目标用户进行细分？
- 5、如何对数字化时代的营销模式进行创新？
- 6、产品如何跟目标用户进行匹配？
- 7、如何打造强营销策略？

案例：3 年 10 亿业绩的品牌增长策略

第三讲：实操篇

1. 营销的经典模型在数字化时代的变化：
 - 1) 价格：如何进行合理的产品定价；提升客单价的三种策略；
 - 2) 促销：不影响品牌形象的 5 种促销策略；
 - 3) 产品：产品与目标用户的匹配原则；
 - 4) 渠道：构建线上线下融合的渠道模式；
2. 数字化时代营销落地执行的 6R 模型应用：

识别用户：如何高效精准识别目标用户？

 - 1) 制定精准识别用户的策略模型应用；
 - 2) 找到精准用户的策略和方法；
 - 3) 如何有效抢占用户心智；

用户触达：搭建营销矩阵；8 种营销触达策略；

用户留存：小程序、微信群、SCRM 系统在用户留存中的应用和价值体现；

首购转化因素：

 - 1) 影响营销转化效果的 4 个因素；
 - 2) 四种高效营销心理学在营销中应用；

3) 如何写出吸引目标用户转化的走心文案？

复购提升策略：提升复购率的 4 种策略

指数裂变策略：

1) 指数裂变的策略和方式；

2) 裂变增长的要素；

3) 如何通过免费的方式实现营销的快速裂变；

案例分析：元气森林实现百亿增长的数字化营销策略分析和借鉴之处

第四讲：案例篇

海尔商城 3 年由年销售额 800 万到 120 亿提升的运营策略分析

第五讲：共创篇

1、 基于营销战略模式和落地执行模型，共创波尼亚后期品牌提升策略和营销落地方案

2、 营销方案分享及点评

总结/结束