

# 移动互联网时代的消费行为与营销对策

## 一、 课程解决问题

移动互联网时代的消费者行为发生了深刻的变化，如何分析这些变化，掌握方法论，比价值观更重要。本课程立足于市场分析方法论，来解读消费行为。让学员结合其工作实际，用方法来指导他们如何去分析解读他们的对象。使培训课程转化为培训+咨询课程，直接解决问题。

## 二、 课程主要内容大纲



## 三、 讲师介绍

品牌竞争力成长导师，战略品牌与营销规划师；横跨管理咨询、培训和大学教学科研三个领域。经历哲学讲师生涯，从文员到总经理、集团经营总裁的实战，再回到高校，为企业提供实战咨询，有丰富的跨行业咨询成果的专家教授。

杭州丹焱品牌营销管理咨询公司（创建于1998）首席咨询，杭州电子科技大学教授 品牌研究院院长，浙大、南开、湖大等十余所名校特邀教授。中国教育部硕士学位中心、北大图书馆期刊中心评审专家；《商界评论》编委、中国经济类核心期刊《企业管理》核心专家作者，首批走进央视2《商界名家》的专家。

已为世界五百强、行业龙头企业在内的百余家名企提供专业服务，被誉为名企幕后军师。代表品牌有新兴铸管新兴钢铁、中国建材南方水泥、八一钢铁、杭萧钢构、红蜻蜓、新光饰品、汪氏蜜蜂园、海天气体、索契健康、正元智慧、铭成装饰等。二十余年，为绿城蓝城、富春、椰树、TCL 等名企以及地方政府、培训机构举办的各类内训与公开课讲课近万场，学员数十万。

著有企业管理、北大、经济等著名出版社出版的《品牌大计：公司品牌创建指南》《织网：实效营销整合训练》《活路：制造型企业的品牌征途》《移动互联网时代打造个人品牌系统课》等著作；发表专业文章数十篇，获教育部国家级视频精品课程奖。

享有2002 首届中国十大杰出培训师、2018 浙江最美老师”提名奖；2015“管理咨询行业”品牌女性；2014 凤凰网“首届华人讲坛网络盛典影响力人物”等荣誉称号。

