

# 《新营销战略——互联网时代最高级增长思维》

创造性洞察用户，构建碾压性竞争优势，驱动市场爆发式增长

## 【本课简介】

全球顶尖市调公司尼尔森调查显示：全球超 90%的营销战略在实施后都失败了（或效果平淡），不科学的用户洞察是罪魁祸首。有效营销战略的起点始于科学的用户洞察——科学洞察“到底是什么在驱动用户购买”（不是需求，需求思维不是真正的用户思维），才能摆脱价格战，设计出科学的营销战略、驱动用户必然购买的产品，与创造性的品牌营销方案。本课彻底颠覆你对营销、产品、市场、用户的认知，带你学习互联网时代最精妙的营销战略新思维，助力企业市场增长

本课核心解决三大问题：

- 1.解决营销战略最核心命题：为什么多数营销战略的市场驱动力，非常乏力？
- 2.讲授科学的营销战略设计方法：如何设计科学的营销战略，驱动市场必然增长
- 3.破解增长的不可预测性：让增长由玄学走向科学

没有企业能预判自己的营销战略是否有效，或有多大效果，增长就像一门玄学

本课让增长由玄学走向科学，让企业能够预测营销战略是否真的能驱动增长

## 【本课大纲】

### 1.到底是什么在驱动用户购买

- 1.1 破解增长黑箱，洞见增长背后的秘密
- 1.2 为什么超过 90%的产品在进入市场后都失败了
- 1.3 为什么用户购买的驱动力不是需求
- 1.4 为什么客户画像对营销战略设计几乎没有价值
- 1.5 为什么从需求出发设计的营销战略方案失败率极高

### 2.如何洞察用户购买的真正驱动力——工具方法

营销战略案例：熊猫不走蛋糕如何 3 年实现从 0 到年销 8 亿

营销战略案例：润滑油企业（B2B 企业）如何 4 年实现 300%的增长

### **3.如何基于科学的用户洞察创造性设计营销战略**

#### 3.1 洞察用户任务

##### 3.1.1 场景细分

##### 3.1.2 场景定位

##### 3.1.3 用户任务洞察

##### 3.1.4 界定核心任务

#### 3.2 洞察用户任务故事线

##### 3.2.1 绘制用户任务故事线

##### 3.2.2 用户任务故事线两极洞察

#### 3.3 生成营销战略方案

营销战略案例：问世即爆红的海尔 T3 嫩烤箱

### **4.以科学用户洞察为中心的营销逻辑**

#### 4.1 升维定义品牌，降维打击市场

构建高维品牌思维，打造品牌必胜局

#### 4.2 升维理解产品，降维打击市场

超越低维产品思维，构建高维产品思维

#### 4.3 升维市场运营，降维打击市场

升维市场运营，与用户实现高频共振

营销战略案例：飞鹤奶粉如何实现 2 年增长 300%

案例：老乡鸡 vs 肯德基

**实战：**从用户任务出发，重新思考增长