

企业十倍速增长的底层逻辑

--数字化营销创新与变革策略及落地

训战营

课程背景：

随着大数据、人工智能、物联网、云计算等先进数字技术的发展，企业在经历由传统的业务向数字化的转型，在转型过程中，通过数字化的营销方式和技术手段，有效的触达用户、留存用户、转化用户，提高企业的营销效果。在这个过程中，需要进行营销方式的升级迭代，需要通过数字化的营销思维进行系统架构、团队架构和组织能力的提升。数字化是当前企业营销的基本能力，数字化营销思维是企业决策者和运营者的基本思维。如何使用数字化思维进行企业营销的迭代升级？如何通过数字化技术和数字化营销方式实现企业的二次增长？

本课程以此为背景，为企业决策者和管理者、运营者提供思维升级，改变企业营销方式，获取更大的发展空间。

课程将以数字营销体系与策略为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员认知数字营销环境与框架体系是什么？数字营销机会与挑战在哪里？主要价值体现在哪些方面？如何通过数据理解用户？数字营销场景有哪些？如何提升企业数字化营销能力？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：

- 提升数字化品牌和营销的思考和认知能力，掌握数字化时代下的营销变革方向；
- 掌握数字化营销的战略规划和落地执行的方法论；
- 掌握数字时代企业快速成长的6种底层逻辑思维；
- 掌握数字化营销落地6R策略和落地方法；
- 通过不同行业生态案例学习，了解数字化品牌营销最佳实践；
- 明确数字化时代组织的管理模式创新和组织变革；

课程时间：3天，6小时/天

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。

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. 营销发展的四个阶段
2. 数字营销的发展趋势是怎样的？
3. 数字营销的基本概念、特征、发展历程、演变方向是怎样的
4. 传统营销范式失效的原因是什么
5. 数字化营销策略的变革
6. 新质生产力时代对营销战略和策略的要求变化；
7. 数字技术对数字营销的影响；

第二讲：品牌篇

- 1、数字时代品牌的定义
- 2、数字化时代品牌打造逻辑
- 3、数字时代品牌打造的9个策略
- 4、如何进行市场洞察、品牌定位和客户细分？
 - 1) 市场洞察模型及应用讲解；
 - 2) 品牌定位策略及案例分析；
 - 3) 客户细分模型及应用介绍；
 - 4) 定位的三种策略和案例分析；

案例分析：2年从0到2个亿的案例拆解

多个知名品牌定位案例对比分析；

第三讲：战略篇

- 1、推动数字化营销变革发展的量子思维有哪5个特征？
- 2、数字化营销战略规划；
- 3、企业数字化营销十倍速增长的星云图模型是什么；
- 4、数字化时代的营销模式创新是怎样的？
- 5、数字化营销的战略本质是什么
- 6、数字化时代营销模式创新：与用户零距离
- 7、如何基于数字化营销的7个特点，打造强营销

案例：小米品牌 logo 营销案例；江小白营销案例

第四讲：数字化营销思维创新

- 1、 战略思维：
 - 1) 如何选择赛道？
 - 2) 如何在赛道中发挥优势？
 - 2、 用户思维：
 - 1) 用户思维的本质是什么；
 - 2) 如何找到精准用户；
 - 3) 如何有效抢占用户心智；
 - 3、 爆品思维：
 - 1) 爆品三要素；
 - 2) 爆品心法；
 - 3) 如何打造爆品；
- 爆品案例：如何通过爆品3年实现10亿销售额；

- 4、 大数据营销思维：
 - 1) 大数据的 4 个特点；
 - 2) 大数据的能力建设要素；
 - 3) 大数据的四种核心应用；
 - 4) 大数据在运营商中的应用；
 - 5) 运营商大数据精准营销策略
 案例分析：金融大数据应用/通信大数据应用/大数据反面应用案例；
- 5、 新零售思维
 - 1) 新零售的概念
 - 2) 新零售的特征；
 - 3) 新零售的构建方式；
 - 4) 用户/客户、套餐/网络、实体店虚实融合营销体系建设
 案例分析：盒马鲜生/每日优鲜的新零售策略；
- 6、 指数增长思维
 - 1) 指数增长的要素；
 - 2) 社交电商和传统电商的底层逻辑对比分析；
 案例分析：社交电商案例拆解；

第五讲：数字化营销落地实操

1. 数字化营销落地的 6R 模型是什么？
2. 识别用户：基于用户画像的用户识别；用户画像的生成策略；
 - 用户触达：搭建数字化营销矩阵；8 种营销触达策略；
 - 用户留存：搭建私域平台；构建 SCRM 用户留存系统和营销自动化系统；
 - 营销转化：从 4 个方面提升营销转化效果；
 - 提升复购：4 种提升复购的策略；
 - 指数裂变：指数级裂变提升市场占有率和口碑效果；
3. 数字化营销系统建设
 - 1) 营销系统架构设计；
 - 2) 营销系统功能规划；
 - 3) 大数据存储与分析；
 - 4) 大数据精准营销应用；
4. 常见的数字营销手段介绍：
 - 1) SEO（搜索引擎优化）--目标、策略、技巧、评估指标维度、案例分析；
 - 2) SEM（搜索引擎营销）--投放策略、平台介绍、功能介绍、评估指标维度、案例分析；
 - 3) 社交媒体营销—营销策略、平台介绍（微信、抖音、小红书等）、评估指标维度、营销案例；
 - 4) 电子邮件营销—营销策略、评估指标维度、营销案例分析；
 - 5) 私域营销—私域平台建设、私域营销策略、私域效果评估；
 - 6) 媒体广告—广告策略、平台选择、投放模式；
 - 7) 裂变策略—裂变机制、裂变效果分析、裂变问题梳理及规避
 - 8) 程序化购买—程序化购买策略、效果评估、
 - 9) 免费流量—流量获取机制、流量效果分析及评估
5. 高转化率文案的 5 种写作策略；
 - 1) 高转化率文案的写作技巧
 - 2) 营销心理学在营销文案中的营销；

3) UGC/AIGC 策略及效果评估

4) 文案效果评估指标和维度；

练习：根据不同的营销工具特征，撰写合适的营销文案

案例：小米 7 年 1000 亿销售额的秘密

6、数据分析工具介绍：

1) 常用数据分析平台和数据分析工具介绍；

2) 常用数据分析方法和技术

3) 数据分析逻辑介绍；

4) 数据分析维度和常用指标意义说明；

5) 数据可视化应用

案例：海尔/国企数据可视化—战略决策支持系统建设及应用分享

7、 共创方案：基于课程内容和营销现状，整合共创方案，制定后续改进方案

8、 分享及点评：对共创方案进行分享，老师进行点评；

结束