

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

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：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。

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
6. 新质生产力对通信行业和企业的要求；
7. 国际国内通信行业竞争格局及发展趋势；
8. 数字技术对通信行业的影响；
9. 新质生产力时代通信公司核心竞争力打造策略；

第二讲：品牌篇

- 1、品牌的极简定义
- 2、数字化时代品牌打造逻辑
- 3、新质生产力时代运营商品牌打造策略
 - 1) 通信服务品牌打造
 - 2) 企业品牌形象和理念宣传；
 - 3) 用户互动及口碑满意度提升；
 - 4) 服务体验和服务价值品牌化展示；
 - 5) 产品营销和用户口碑宣传；
 - 6) 客户全生命周期运营及销售服务转化；

4、运营商与目标用户的深入连接策略

案例分析：2年从0到2个亿的案例拆解

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. 数字化营销系统架构建设；
4. 5 种重要营销心理学在营销转化中的应用
5. 指数级增长如何达成？
6. 数字化营销 4P 内涵扩展说明
案例：小米 7 年 1000 亿销售额的秘密
7. 共创方案：基于营销现状，找到问题，并制定改进方案

结束