

《营销策划与活动策划实战指南》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

有效的营销策划和活动策划成为吸引消费者、提升品牌知名度、增加销售额的关键手段。然而，许多从业者在策划过程中面临着创意不足、策略不当、执行不力等问题。本课程旨在系统地传授营销策划和活动策划的理论与实践知识，帮助学员提升策划能力，打造成功的电商和直播电商营销活动。

【课程收益】

掌握系统的营销策划和活动策划流程与方法，学会制定具有针对性和创新性的电商及直播电商营销方案，并能够准确把握目标受众的需求，提高活动的参与度和转化率，提升活动执行和监控能力，及时调整策略以达到预期效果。

【课程特色】

结合实际案例进行详细拆解，提供可落地的策划模板和工具；针对学员进行分组分析和演练；融入电商和直播电商领域的最新营销和活动玩法。

【课程对象】

营销人员和策划人员、电商业务负责人等。

【课程时长】

1-2 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

一、营销策划和活动策划基础

1、营销策划和活动策划的概念与重要性

1.1 定义和范畴

1.2 对电商和直播电商的价值

2、策划的基本原则和理念

2.1 以用户为中心

2.2 创新性原则

2.3 可行性原则

3、成功案例分析与借鉴

3.1 知名电商平台的营销活动

3.2 热门直播电商的成功策划

二、电商和直播电商市场分析

1、电商和直播电商行业现状与趋势

1.1 市场规模和增长趋势

1.2 竞争格局

1.3 消费者行为变化

2、目标受众洞察

2.1 受众特征和需求

2.2 购买决策因素

2.3 行为路径分析

3、竞争对手分析

3.1 竞争对手的营销策略和活动

3.2 优势和劣势对比

三、营销策划策略

1、品牌定位与传播策略

1.1 品牌核心价值确定

1.2 品牌形象塑造

1.3 传播渠道选择

2、产品策略

2.1 产品组合优化

2.2 新品推广策略

2.3 产品生命周期管理

3、价格策略

3.1 定价方法和策略

3.2 促销价格策略

3.3 价格调整策略

4、渠道策略

4.1 电商平台选择与合作

4.2 直播平台的利用

4.3 社交媒体渠道整合

四、活动策划流程与方法

1、活动目标设定

1.1 明确活动的主要目标（如销售额、粉丝增长等）

1.2 制定可衡量的指标

2、活动创意构思

2.1 头脑风暴技巧

2.2 借鉴优秀活动案例

2.3 创意来源和挖掘

3、活动主题确定

3.1 主题吸引力和相关性

3.2 主题与品牌的契合度

4、活动形式选择

4.1 促销活动（如满减、赠品等）

4.2 互动活动（如抽奖、竞赛等）

4.3 内容营销活动（如直播讲座、短视频挑战等）

五、电商活动策划

1、节日活动策划

1.1 活动筹备计划

1.2 资源整合与分配

1.3 活动预热和爆发阶段策略

2、日常活动策划（如上市、清仓等）

2.1 活动节奏把握

2.2 客户关系维护

2.3 活动效果评估与改进

六、直播电商活动策划

1、直播活动的策划要点

1.1 主播选择与培训

1.2 直播内容策划

1.3 直播间互动环节设计

2、直播带货活动策划

2.1 选品策略

2.2 价格策略与优惠设置

2.3 销售话术制定

3、直播品牌推广活动策划

3.1 品牌故事讲述

3.2 品牌形象展示

3.3 粉丝互动与社群建设

七、活动执行与监控

1、活动执行计划制定

1.1 任务分解与责任人确定

1.2 时间节点安排

1.3 资源准备与协调

2、活动现场管理

2.1 突发情况应对

2.2 人员协调与沟通

2.3 确保活动流程顺畅

3、活动监控与数据分析

3.1 关键指标监控

3.2 数据收集与分析方法

3.3 实时调整策略

4、活动效果评估与总结

4.1 评估指标和标准

4.2 总结经验教训

4.3 优化后续活动策划

八、营销策划和活动策划的创新与发展

1、新技术在策划中的应用（如人工智能、大数据等）

1.1 精准营销的实现

1.2 个性化推荐的运用

2、创新营销模式和活动形式探索

2.1 社交电商模式的策划要点

2.2 跨界合作的策划思路

3、未来营销策划和活动策划的趋势展望

3.1 消费者需求变化对策划的影响

3.2 行业发展动态对策划的启示