

# AI 时代营销战略创新与规划

主讲：崔淼

课程背景  
讲座功能  
讲师观点

本课程为著名企业学者、著名实力派企业管理专家崔淼老师多年管理咨询实战历练核心课程之一，凝聚中国实战顾问指导企业打造核心竞争力的专属版权工具，内容精选，案例结合，形式生动，思维互动，强调应用。本专题已做过近百场演讲，反响强烈。

当人工智能的浪潮以不可逆转之势重塑世界，营销领域的底层逻辑正经历一场深刻的转移。传统的营销理念、策略与工具，在智能算法的冲击下，其边界正被不断拓展与重构。这不仅是一场技术的革新，更是一次关于商业本质、消费者连接与组织形态的全面进化。在此背景下，本课程旨在汇聚前沿思想与实践智慧，为营销从业者、企业决策者提供一个系统洞察未来、掌握变革主动权的认知平台。

## 一、重构认知：从辅助工具到战略核心

AI 已从提升效率的辅助工具，跃升为重构商业模式与市场竞争格局的战略基础设施。课程将深入剖析 AI 如何颠覆传统的消费者洞察、市场分析与需求预测模式，揭示数据驱动下营销生产力的爆发式增长逻辑。

## 二、革新实践：全链路营销的智能升级

营销的全链路环节——从品牌战略、内容创意、媒介投放到销售转化与客户关系管理——正被 AI 技术深度渗透与整合。课程将结合最新行业白皮书与成功案例，系统解读 AI 如何赋能“数据流”、“内容流”、“资源流”与“关系流”，实现营销效能的质变。

## 三、规划未来：战略创新与人机协同

面对AI带来的生产关系变革，企业需重新规划其营销战略与组织形态。本课程将探讨在“AI-FIRST”战略导向下，如何构建扁平、敏捷的人机协作型组织，并应对数据隐私、算法偏见等新兴挑战。同时，将引入权威专家关于增长结构、品牌进化与消费者决策的最新理论框架，为战略规划提供坚实支撑。

#### 四、把握本质：在变与不变中寻找支点

尽管技术日新月异，营销满足消费者需求的“第一性原理”并未改变。本课程将引导参与者穿越技术迷雾，把握“种草”与“拔草”的本质，并学会运用AIGC等工具在策略咨询、内容生产、场景开拓等方面实现降本、增效与提质

本课程内容源于对营销学界前沿研讨、行业权威及一线实践案例的整合分析，在营销策略策划与制定环节，我们将详解市场细分、品牌定位的多元方法，教您如何从消费者与竞争的双重维度找到企业的差异化赛道，摆脱价格战的泥潭，迈向价值战的高地。您将获得一套可落地、可复制、可迭代的营销工具包，为企业的营销决策提供科学依据，更致力于打开参与者的认知格局，在时代巨变中明确个体与组织的进化方向，共同驾驭智能时代的营销新纪元！

欢迎加入这场关于营销未来的对话与探索！以创新破局，以规划致远，共同开启企业营销的新篇章，共赴营销盛宴！

## 二、授课风格

知名集团企业管理咨询的智慧演绎，千场大型培训的机智锤炼，崔淼老师谈吐幽默，剖析犀利，将理论简洁化、生动化，将实战系统化、形象化；从策略、战术，到动作、案例——全方位为学员拆招解招！专家内行解密，妙语脱口而出，一语道破天机！“寓观念于谈笑间，蕴哲理于诙谐中”，学员在欢笑中学到绝技，在快乐中得到收获与感悟。工作情景体验式、深度咨询式培训，营造出强烈的学习气氛，瞬时内激发学员潜能并付之实践！

## 三、讲座大纲

AI时代营销战略制定的系统思路和决策方法；

AI是什么？AI在营销中改变了什么？AI直播与互动给我们的启示

登高而呼，善假于物的前提认知营销？什么是营销？

一、市场认知是营销战略规划的前提

二、战略与战术的统一

三、企业自身实际情况设计和选择有效的营销策略方法

1、企业核心竞争能力评估

2、目标市场确定的基本模式

3、企业市场位置及相应的营销战略选择

年度营销规划的基本框架与工具

营销规划的销量预测与费用规划

1、基于营销规划的调研计划

2、基于营销目标的产品规划

3、基于营销战略的终端规划

4、基于营销战略的传播规划

四、年度营销战略设定的评估体系

1、销量控制表

2、项目控制表

3、经费控制表

五、企业市场定位与营销战略规划

1、营销、产品、定位、战略、资源的联系及其相互作用

2、产品定位：不做第一 就做唯一

3、差异化的市场细分：STP

4、确定市场营销模式

5、竞争分析品牌营销的基本理念

6、选择没有对错，只有输赢

案例：星巴克与三一重工

案例：福特汽车定位倒溯与可口可乐百年经典

六：营销战略的执行

案例分享：可口可乐面临的渠道执行障碍，解决方式……

营销战略执行力

什么是营销战略执行力

营销战略执行链

营销战略执行力的 5 大工具

营销战略执行力培养

营销战略的执行手段

营销战略的执行计划

营销策略组合

销售模式