

# 互联网+时代品牌传播战略

## 一.课程背景

随着互联网时代的发展深入、移动互联网的推进，品牌营销化的新趋向明显，超越广告的品牌整合传播是竞争的利器，如何在同质化的产品或业务中让客户更青睐自己？如何大力提升品牌的知名度和美誉度？这就需要从品牌传播知识和品牌传播策略上狠下功夫

如何才能实现互联网的品牌转型呢？如何在互联网环境下进行品牌和策划与推广呢？这就需要去了解移动互联网传播手段、品牌传播规划与思路、移动互联网品牌行销等内容借以大力提升市场人员的传播能力、品牌传播理论水平和对市场动态的把握，最终实现降低广告投放成本，提升广告投放效果，增强客户对自己品牌的黏性和青睐

## 二.课程特点

授课形式：理论讲解+案例分析+案例实战+互动答疑

突出理论特点，注重知识理解、案例分析与实战体验，其中理论讲解 50%，案例分析 25%，实战体验 20%，互动答疑 5%。

## 三.课程收益

熟悉互联网时代运营商品牌传播的竞争能力差

了解移动互联网传播的特点及传播技

掌握互联网时代品牌传播策划的关键步骤，要素

掌握互联网品牌传播推广的方法、工具、技能与创意方法

学习低成本品牌传播和整合营销传播的技巧

掌握如何通过公司内外媒体进行品牌的传播推广

## 四.课程模式

1. 中文教学、面授
2. 分组互动
3. 实战体验
4. 课堂练习、互动式答疑

## 第一单元洞悉互联网趋势和商业机会

### 洞悉互联网趋势和商业机会

- ◆ 互联网的前世今生
- ◆ 互联网的三种商业模式
- ◆ 深度解读互联网发展

- ◆ 社会化时代的来临
- ◆ 大数据时代的到来

## 第二单元赢在互联网思维

- ◆ 用户思维：参与感 / 用户体验至上
- ◆ 极致思维：打造让用户尖叫的产品 / 专注，少即是多 / 只做第一
- ◆ 微创新思维：小处着眼，精益创业，快速迭代
- ◆ 流量思维：免费是为了更好的收费 / 坚持到质变的临界点
- ◆ 社会化思维：社会化媒体口碑营销 / 社会化网络一众包协作
- ◆ 大数据思维：小企业也要有大数据 / 用户是每个人
- ◆ 平台思维：打造多方共赢的生态圈
- ◆ 跨界思维：大胆颠覆式创新

## 第三单元如何整合营销传播

### 整合营销传播理论研究

- ◆ 整合营销传播的定义与特性
- ◆ 整合营销传播的七个层次
- ◆ 整合营销传播的六种方法
- ◆ 新媒体时代的整合营销传播
- ◆ 从营销组合 4P 到整合营销传播 4C 到新扩展 5R

### CCM (创意传播管理) 理论

- ◆ 中国对 IMC 的替代
- ◆ CCM 理论的精神
- ◆ 创意传播
- ◆ 传播管理

## 第四单元互联网时代品牌传播策划的关键步骤

### 互联网品牌推广四大系统

- ◆ 定位系统：
  - 电商消费市场细分与目标市场
  - 确定目标客户集中的平台
  - 网络营销品牌定位及基本要素设
  - 小而美的品类定位
- ◆ 展示系统
  - 品牌价值展示-网站的站规划与设计

- ◆ 推广系统  
品牌价值传递-品牌的互联网传播与推广  
互联网营销的执行与坚持
- ◆ 运营系统  
网购客户成交、跟踪与维护  
互联网品牌推广评测与分析，以及方案的改善

## 第五单元互联网 4.0 时代大数据精准品牌传播

### 大数据时代 IMC 的可能性探讨

- ◆ 基于大数据的精准营销是品牌未来制胜之道

### 个性化精准营销

- ◆ 个性化营销的契机：电子商务的发展
- ◆ 大数据实证研究：影响关系
- ◆ 大数据挖掘：发现偏好
- ◆ 大数据下个性化营销策略
- ◆ 大数据下的精细化运营重要性
- ◆ 建立大数据下的精细化运营体系

### 大数据下消费者行为研究

- ◆ 大数据下消费者行为研究
- ◆ 大数据实证研究：影响关系
- ◆ 大数据挖掘：发现偏好
- ◆ 用户画像及标签体系描述
- ◆ 用户密度分析及热力图展现
- ◆ 用户购买意向预测
- ◆ 交叉分析
- ◆ 通过图像搜索服务进行场景化营销

### 消费者行为大数据研究

- ◆ 降低数据获得门槛
- ◆ 降低数据存储成本
- ◆ 减少数据处理难度
- ◆ 精准客户画像
- ◆ 定制产品数据解决方案
- ◆ 实现标准化数据产品

## 第六单元互联网时代品牌传播整合策略

### 品牌传播组合策略

- ◆ SEM 推广
- ◆ SEO 推广
- ◆ 社交网站 (SNS) , QQ 推广及论坛推广
- ◆ 知道、百科、贴吧、文库
- ◆ 新闻事件, 软文 IM 营销
- ◆ 微博, 微信及微视推广
- ◆ APP 推广
- ◆ 游戏互动、病毒营销、话题营销

案例分析: 日韩运营商互联网时代品牌整合传播

案例分析: 英国沃达丰的移动终端传播

### 如何进行有效的社会化营销?

- ◆ 收益=内容 X 关系链 X 流动
- ◆ 微营销的生意密码
- ◆ 微营销的深层分析及落地实操
- ◆ 微运营实战技巧

## 第七单元互联网时代新媒体运营策略

### 共享与粉丝

- ◆ 共享经济本质是重构人与人的关系
- ◆ 共享经济核心是粉丝运营
- ◆ 共享平台模式有效的衡量标准
- ◆ 成本低
- ◆ 实时连接
- ◆ 可持续发展
- ◆ 粉丝经济的定义及运营
- ◆ 粉丝经济红利

### 互联网时代的自媒体运作

- ◆ 定位
- ◆ 策划
  - 标题为王
  - 内容为王
  - 体验为王
  - 价值为王
- ◆ 推广方式及免费模式

◆ 粉丝高效运营的技巧及步骤

**玩转 O2O**

线下促销十法，处处引流成线上粉丝

线上引流三法宝：话题，游戏，抽奖