

# 以用户为核心的全场景品牌营销

—解密小米用户思维模式下的产品运营

## 背景介绍

新消费升级，后疫情时代，消费人群，品牌塑造，营销玩法，推广渠道，产品策略，电商布局，用户管理，数据沉淀，团队架构等一切都被打乱。

需要从新定义，以用户为中心，重构新消费人群、新消费品牌、新零售渠道、新爆款产品、新的营销策略。做到全场景数据化，迎合大流量平台新玩法，以内容为基石，利用全场景数字化是实现整合营销、爆品打造、用户运营及生态构建。

以用户需求为核心，带动品牌发展，实现全场景数字化营销。从而为企业做好品牌资产，用户资产、数据资产，内容资产等的沉淀成为新一代营销新策略。

## 第一部分 新消费升级之后的互联网营销

1. 新消费升级，后疫情时代背景特征
2. 5G+AI+LOT 之下超级互联网时代新场景
3. 新场景下消费人群特性及消费行为习惯
4. 后疫情时代互联网流量都在哪里
5. 怎么样去重构互联网新营销

## 第二部分 案例分享：小米全场景营销是怎么做的

1. 小米的商业模式怎么样配合营销落地
2. 小米营销的都做了哪些事情，效果如何？
3. 小米参与感式的粉丝营销是怎么做的？
4. 小米生态链创新给营销贡献了什么价值？

## 第三部分 营销基础：用新营销方式打造新消费品牌

1. 中国新消费品牌崛起的特征
2. 新消费品牌快速崛起的驱动力
3. 撬动消费品牌快速增长的四大杠杆
4. 内容营销如何助力新消费品牌崛起
5. 新营销打造新消费品牌增长的五步法
6. 做好新消费品牌不同增长阶段遇到困境及应该策略

## 第四部分 新零售布局为全域数字化营销做好营销新基建

1. 什么是新零售，本质是什么，有什么样的特征
2. 新零售全场景图，助力品牌做好销售渠道布局
3. 头部互联网公司的新零售都是怎么样布局和实现

4. 技术的发展怎么样来助力新零售更多场景的实现

## 第五部分 爆款打造：新一代爆款打造攻略

1. 多数企业产品发展的三大痛点
2. 消费升级为新爆款带来新的蓝海市场
3. 解决方案：用爆品切入新零售，构造新消费品牌
4. 什么才能算得上新一代的爆款产品
5. 爆款产品六大核心能力塑造
6. 如何用大数据做好爆款产品的卡位
7. 爆款产品应该怎么样来定价
8. 围绕用户为核心，构建线上线下一体化的爆款营销体系
9. 爆款产品打造执行落地 7 个核心问题
10. 爆款产品打造案例分享
  - 案例一，利用用户大数据来做好爆款产品定义
  - 案例二，利用营销事件来打造网红爆款产品
  - 案例三，全域营销，全渠道策略打造全网爆款产品

## 第六部分 全场景营销：360 度构建用户场景化新营销

1. 什么才是全场景营销
2. 当下全场景营销的核心是什么
3. 做到品效合一算好的营销吗？
4. 核心流量平台营销及电商新玩法介绍：
  - 1) 大淘宝体系全场景营销怎么来实现
  - 2) 大京东又该如何做好资源的投放
  - 3) 怎么样做好苏宁易购线上线下营销场景布局
  - 4) 抖音，快手新电商直播起航
  - 5) 小程序商城，助力零售企业逆势增长
  - 6) 短视频直播助力社群运营整张
  - 7) 小红书怎么样实现 KOL 营销
  - 8) 在知乎上面如何去实现销售
5. 怎么来有效管理站外，站内投放资源
6. 营销后怎么样来做好复盘

## 第七部分 内容营销：流水的平台，铁打的内容，优质内容永远稀缺

1. 内容资产，成为企业品牌建设的基石
2. 做好内容营销四步法
3. 内容营销的 7 大架构模型
4. 传统电商平台内容分发体系，实现一人一面核心基础
5. 短视频平台如何做到双驱动内容投放
6. 直播带货，怎么样抓住内容爆发时代电商新红利

7. 腾讯视频号布局未来内容营销新阵地
8. 各直播，短视频，社交内容平台驱动交易的效果优劣势对比
9. 如何在内容平台选择具有带货能力的 KOL

## **第八部分 私域流量运营：用服务的心态做好用户的留存**

1. 用户运营为企业带来的三大价值体系
2. 用户私域流量运营重构人货场组合
3. 私域流量的价值
4. 社交电商的崛起
5. 私域流量的优势
6. 如何来构建私域流量池子
7. 私域流量如何来运营，成交与变现
8. 私域流量运营的核心考核指标
9. 私域流量运营团队构建与管理模式
10. 私域流量用户拉新，激活，转化，裂变，留存闭环体系构建
11. 案例分享：屈臣氏会员闭环经营全景体系

## **第九部分 用户管理新基建：腾讯公众商城和视频号发展为社交电商提供新基建**

1. 视频号的发展趋势及对社交电商恭喜
2. 视频号的商业模式及价值
3. 视频号强大的商业变现新玩法
4. 视频号如何打通腾讯广告业务
5. 什么样实现视频号有效直播
6. 视频号 9 大商业机会

## **第十部分 电商公域用户经营布局：格局决定成败，执行才是关键**

1. 从新定义新营销平台，电商平台的功效
2. 做好以用户为核心的新营销
3. 新营销布局，策划八大核心要素
4. 产品、渠道、用户、数据、品牌、营销、技术、团队