

《互联网下的营销突围》

一级题纲	二级题纲
<p style="text-align: center;">模块一：互联网时代下的营销思维转变</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 连接——互联网的核心 ◇ 传统渠道传播 VS 互联网传播 ◇ 这是一个没有秘密的年代 ◇ 这是一个快速颠覆的年代 ◇ 这是一个消灭你与你无关的年代 ◇ 二向箔与降维打击思维 ◇ 传统渠道建设与互联网时代渠道的建设差异 ◇ 4P4C4R 还有用么？ ◇ 卖房——产品经济到服务经济到体验经济 ◇ 做销售就是做人脉 ◇ 做销售就是做人心
<p style="text-align: center;">模块二：经典渠道运营</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 市场调研的能力 ◇ 市场渠道策略选择 ◇ 经典渠道运作 <ul style="list-style-type: none"> 客户带单 展会与路演 人脉圈 异业联合 客户活动 联合促销
<p style="text-align: center;">模块三：新媒体渠道运营</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 互联网时代崛起的新媒体经济 <ul style="list-style-type: none"> 新媒体与传统媒体的碰撞 逻辑思维的生意经 加多宝的“三个对不起” 网红凭什么年入千万 ◇ 新媒体影响人的三大核心原因 <ul style="list-style-type: none"> 无孔不入、形式多样、碎片化时间、 ◇ 新媒体的三大优势 <ul style="list-style-type: none"> 传播广、传播快、接地气、 ◇ 新媒体的三大劣势 <ul style="list-style-type: none"> 信息过多、聚焦不够、难以规范 ◇ 微博营销 <ul style="list-style-type: none"> 点面结合（大V与水军） 正反讲故事 连续剧式推进 ◇ 微信社群营销 <ul style="list-style-type: none"> 微信就是小社群

	<p>社群与单纯的群有什么区别 趣味与互动是微信社群的重点</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 网红直播营销 网红营销就是事件营销 制造网红事件的三个方式 ◇ 微信公众号 ◇ 热点 APP 的运作 ◇ 短视频营销（快手、抖音、火山……） 短视频选择的角度 短视频的注意事项 ◇ 网络短剧营销（桔子水晶酒店、碧桂园……）
<p>模块四：高端客户 营销思维与沟通策略</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 理解客户的能力 ◇ 走入高端客户的生活 ◇ 客户需求的三个层次 ◇ 高端客户的思维模式 ◇ 高端客户营销的两个基本角色 顾问+朋友 专业+服务 ◇ 高端地产到底卖什么 ◇ 销售人员说话的三种境界 (1) 用嘴说 (2) 用心说 (3) 用情说 视频案例：菜鸟卖房成功记 <p>增强个人魅力的四大工程</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 营造良性的沟通气场—让对方靠近你 (2) 同理心迎合的艺术—让对方喜欢你 语言迎合、情绪迎合、心理迎合 视频案例分享：难缠的买车人 (3) 学会提指导性建议—让对方相信你 (4) 专业赢得荣誉—让对方崇拜你 <p>产品巧推荐的“五利器”</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 激发思考 (2) 强化焦点 (3) 案例说明 (4) 资质证明 (5) 场景塑造 <p>影响客户的四种策略 策略一：“同流才能合污”—赞美和认同</p>

	<p>策略二：沟通的角度学 SPIN</p> <p> 视频案例分享：相亲</p> <p>策略三：应对竞品与立标准</p> <p>策略四：危机引导</p> <p> 视频案例分享：我没病!</p>
<p>模块五：客户服务 体系</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 服务的一个中心两个基本点 ◇ 搞好服务的五字真诀 ◇ 老客户服务体系（工具） <ul style="list-style-type: none"> 客户分级 客户服务内容分级 增强客户满意度的三个小妙招 ◇ 售后服务体系（工具表单） ◇ 如何应对客户投诉