**传统企业产品创新升级与互联网营销**

【课程全国独家，享受专属的学习体验】

2016年06月25-26日 广州 2016年08月18-19日 上海

**【定制服务】**

1、培训前，请各位学员将遇到的各种问题和培训预期反馈给我们

2、接受内训或咨询服务，现场诊断+课题方案+指导改善+专家授课+案例分析+后期跟进与交流等

**【课程背景】**

（1）互联网+百货市场=淘宝，互联网+出租车=滴滴打车，互联网+家电卖场=京东，除此之外，互联网还能做哪些加法？去年两会上，互联网+被正式写入政府工作报告。被写进顶层设计中的互联网+，必将给各行各业带来革命性的影响，不过你愿意还是不愿意。有人说，未来将不再有互联网企业，因为所有的行业都将互联网化，所有的企业都是互联网企业。那么问题来了 ：互联网+时代下企业如何结合互联网思维把品牌做大做强？如何借助互联网+来重构和升级商业模式？如何调整管理思路，迎接互联网+的浪潮？

（2）互联网时代下企业的竞争，实质上就是企业创新能力的竞争。一个企业要想在市场中占有一席之地，就必须使得技术开发、产品研发、管理能力等方面在同行业中处于领先地位，而创新是达成这一目标的唯一手段。而产品创新是企业的最为重要的创新途径和手段。

**【课程收益】**

牢记“互联网+”的前世今生，了解中国互联网的发展史；

读懂6大商业模式，掌握“互联网+”的三大特征；

结合互联网思维把品牌做大做强。

借助互联网+来重构和升级商业模式。

调整管理思路，迎接互联网+的浪潮。

学习互联网案例，深入理解互联网知识，让公司走向互联网化。

基于互联网的方式推演的产品创新方法论

掌握产品研发管理创新的方式与技巧；

创新制胜，打造企业竞争力的核心引擎；

【参加对象】 总经理、营销副总、电子商务经理、渠道经理、市场经理、培训经理以及有潜质的销售人员，尤其业务及销售副总经理带领管理干部现场诊断和实作对策效果更佳；产品总监/经理，研发总监/经理，产品研发部门经理，项目经理及研发骨干。

【学习费用】 3200元/人，（含报名费、场地费、师资费、中餐费、茶点费、资料费等)；住宿统一安排，费用自理；

【承办单位】 一六八培训网

【联系电话】 0755 - 61 28 25 71 陈小姐 021 - 51 87 02 81 周先生 QQ：188 583 308

**【课程大纲】**

课前谈：播放视频《互联网时代》，探讨描绘未来。

讲故事说营销——三只松鼠的梦想

第一讲：中国市场大环境

1、经营成本的激剧上升

2、消费者的不断变化

第二讲：互联网思维体系及落地策略

1、什么是互联网思维

2、用户思维

1）把握用户的动态性

2）如何做用户体验

现场演练：教大家如何挖掘痛点

3、跨界思维

1）行业边界的模糊

2）如何做颠覆式创新

4、简约思维

1）“简”是王道

2）如何“简”而不“乏”

案例：苹果案例

5、痛点思维

1）抓住用户痛点

2）如何把握兴奋点

6、免费思维

1）羊毛出在狗身上

2）如何规划互联网时代的商业模式

7、口碑思维

1）口碑的独特优势

2）如何把握口碑的关键节点

8、大数据思维

1）大数据只是“大”吗

2）如何让大数据助力高效运营

9、协同思维

1）建设大生态

2）如何建立互联网时代的联盟

10、迭代思维

1）小步快跑，快速迭代

2）互联网时代的最重要特征

案例：糖猫案例

第三讲：传统企业的互联网转型的三步走

第一步：营销互联网化

1、互联网营销的灵魂：巧借事件营销低成本打造品牌

1）事件营销成功四要素

2）事件营销切入点

案例：经典的事件营销

2、颠覆性的力量：微信营销如何成为营销新利器

1）什么是微信与微信营销？

2）微信营销十大核心策略

案例：九阳案例

3、“微”力无边：如何借微博营销以“微”力改变市场地位

1）什么是微博与微博营销？

案例：九阳微博营销案例

2）微博营销的核心运作要点？

4、其它互联网时代的营销整合策略

第二步：销售互联网化

1、产品与品牌规划

1）谁是消费者

2）陈欧体走红的市场营销启示

2、市场调研

1）数字时代唯品会制胜电子商务市场的竞争策略

2）从营销实战谈深度市场调研三步曲

3、定位与动态定位

1）小而美的启示vs产品定位

2）服装巨子优衣库品牌成功之路

案例：品牌定位案例分析

4、构建互联网销售体系

1）外部资源的整合

2）内部平台的打造

5、如何提升转化率

1）核心指标的维护

2）卖点突出的设计

6、如何提升客单价

1）关联营销

2）提升复购率

第三步：整体运营互联网化

1、动态化

2、融合化

3、全员化

第四讲：转型的风险和思考

1、互联网运营的时机）何时开始？

2、互联网运营成功的本质与核心？

3、互联网转型需要注意的“坑”

课程总结1：传统企业的机会是从拥抱变化到主动变化!

课程总结2：移动互联网时代对大家都是公平的，机会也是相等的，关键是能否设计出让消费者尖叫并产生良好口碑的产品。

第五讲：基于互联网的产品创新方法论

1.找准产品痛点（学会辨别用户真伪痛点）

1.1产品的一级痛点

1.2产品的二级痛点

2.分析用户需求（用户访谈）

3.讲好产品故事（互联网讲故事的法则）

4.打造爆品（如何设计令人尖叫的产品）

5.提升客户服务（学会与用户交朋友）

6.改善用户体验（用户接触计划）

7.建立社群（社群经济）

8.口碑营销（产品自营销）

案例：褚橙案例分析

实操案例分享

第六讲、课程总结

1、课程总结

2、阅读书籍推荐

**【讲师简介】 肖聪老师**

一、【专家背景】

互联网思维营销专家

多年电商运营实战经验

淘宝大学MBA

ECCEO认证委员会专家

电商中国专家委员会专家

上海交通大学、武汉大学特邀讲师

从“线下”到“线上”的实战派电商专家

曾任：九阳股份 全国KA经理

曾任：九阳股份 淘宝商务部经理

曾任：九阳股份 会员/大数据经理

二、【核心价值】

九阳11年,丰富的线下传统渠道客户管理经验，共同经历和参与了九阳品牌的线上崛起，见证九阳从年销售额20亿到年销售额100亿的跨越：

曾全面负责九阳电商数据管理和会员管理，统筹开发九阳会员管理系统；通过互联网转型和互联网营销思维的运用，使九阳成为微信率先合作样板品牌，获得阿里巴巴认可，并和海尔，飞利浦两家分获小家电领域的创新大奖；

曾全面负责淘宝商务部工作，管理代理运营九阳产品的淘宝及天猫店铺；主导参与大型店铺大型活动的策划工作；2014年淘宝双11单品牌1.35亿，2014年旗下管理的店铺零售过3亿的1家，零售过1亿的2家 ，2014年双11《九阳免滤大师》营销案例获得电商界有着奥斯卡大奖代表的“金麦奖”。其互联网营销思维和创新营销管理案例被慧聪家电网、中国新闻网、豆瓣等媒体纷纷采访报道，并在小家电同业中介绍经验超过30次。

至今运作家电、食品、服装等多家企业，帮助企业快速提升品牌影响力，为企业规避营销风险，实现销售额3倍增长。

三、【服务客户】

家电品牌：九阳、半球电器、飞利浦、美的集团、TCL、奥克斯、海信、西门子、小天鹅、苏泊尔、安康和合电器……

食品品牌：好想你、三只松鼠、良品铺子、易果生鲜、百草味、金冠、飘零大叔、姚太太……

服装品牌：无印良品、阿依莲、木木、Veromoda、茵曼、GXG、JZ……

家居、建材品牌：欧派橱柜、雅居阁、欧普照明、立邦、宜家绣艺、百家好世、天堂伞、正想、蓝月亮、清风……其它：上海交大、湖北应城市行政学院，市委党校、中建三局、上海奥狮传媒、1号店、搜狐、58同城、阳光100、厚德资本、华泰人民众集团、山东协力生物、美加华卫浴、帝朗卫浴、湖北富邦科技、华玺国际、芜湖市秋华包围材料、江苏奇美乐器、米标电子

**报 名　回 执**

请正确填写以下内容，发送邮件至：baoming9188@163.com 我们会及时与您联系，谢谢~

参加课题：《传统企业产品创新升级与互联网营销》

时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_　　地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

参会单位名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Email：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

如发票抬头与本回执单位名称不同的。请注明：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

参加学员：\_\_\_\_\_\_\_\_\_职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_手机：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Email：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

参加学员：\_\_\_\_\_\_\_\_\_职务:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_手机：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Email：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

参加学员：\_\_\_\_\_\_\_\_\_职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_手机：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Email：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

付款方式：□现金　□支票　□转帐

人数：\_\_\_\_\_\_人 参会费用：共计：\_\_\_\_\_\_元

备注

1.收到贵司报名信息后，我们将第一时间和贵司参会联系人进行确认

2.在开课前一周，我们有专人给贵司发送参加培训的确认函，上面有培训报到指引，

以及详细的上课地址和路线图；

3.此课程也可以安排企业内训，欢迎来电咨询及申请排期；

4.如对此课程有任何疑问，欢迎拨打电话向我们咨询。