

数字营销战略： 掌握前沿营销 驱动业务增长



课程概览

移动技术、云计算和人工智能等新技术的普及改变了客户行为并颠覆了市场。因此，我们的营销实践也必须与时俱进。数字世界的营销不仅仅是通过数字渠道进行营销。它是利用自动化使营销实践变得更为高效和敏捷；是挖掘客户数据新来源以实现个性化的交流；也是利用分析和人工智能 (AI) 将营销活动更为优化。

凯洛格商学院高管教育学院是理解新技术如何持续改变营销实践的思想领导者。全球知名学者、教育家和营销、创新及技术交汇的作家— Mohanbir Sawhney教授将带领您从战略上深入研究现代营销实践。

在这个由凯洛格商学院高管教育学院提供的在线课程中，您将学到以端到端的视角看待现代营销流程，从收集客户洞察开始，经由内容策略制定与执行，最终达到优化。这听起来似乎耳熟，但如果您的营销技术体系尚未纳入人工智能和自动化，那么您的营销投资并未取得最大收益。市场领导者以全局视角审视市场营销，采用技术平台支持整个组织的决策制定，这就是本课程的目的所在。

课程目标人群

负责推动创新和增长的业务经理和主管以及资深的营销从业者，将从组织角度对现代营销实践获得切实的了解。

如果您的职责多少涉及吸引和留住客户，或者提供产品和服务，那么这个在线课程将对您有所助益。

如果您的工作是管理营销团队，那么本课程对您尤为合适，因为您将获得一个高层次的战略视角。

本课程学员来自各行各业，包括零售、电信、酒店、全球运输、技术、汽车、制造以及其他行业。

课程案例和范例包括：

- 美国电话电报公司 (AT&T)
- 联邦快递 (FedEx)
- 克劳森 (Claussen)
- 宝洁 (P&G)
- 全食超市 (Whole Foods) ， 等等。

根据赛富时 (Salesforce) 的一项调查，人工智能在营销实践中的使用预计将增长50%以上。为什么？为了更好地了解客户行为，从而确定最佳渠道来提供最佳信息。

您的学习之旅

凯洛格商学院高管教育学院在互动、协作的在线环境中为企业领导者和营销从业者带来了前沿的营销实践。这一在线课程完全突破传统的营销实践，向您展示了领头公司是如何将人工智能、自动化和客户旅程图融入其组织之中，从而做出更佳决策并提升效率。

除视频讲座外，您还将从Sawhney 教授的在线网络研讨会上学习；从爱彼迎（Airbnb）、亚马逊（Amazon）、哈雷·戴维森（Harley Davidson）和雷克萨斯（Lexus）等行业巨头的真实案例研究中学习；以及从量身定制的作业和测验中强化学习。在整个学习过程中，您将从专门的助教那里获得一对一的指导和说明。

1. 发现客户洞察

- 族群研究与客户共情
- 客户旅程图
- 社交数据挖掘
- 人工智能应用

2. 了解客户

- 细分技巧
- 行为营销

3. 吸引客户

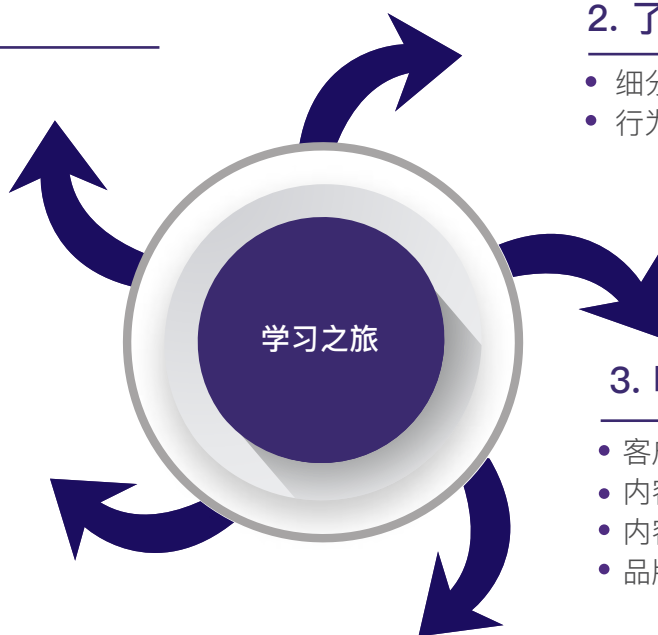
- 客户旅程图
- 内容管理流程
- 内容中心
- 品牌故事叙说

5. 优化

- 营销归因
- 实验过程
- 营销自动化
- 人工智能应用

4. 执行

- 永远在线 (Always-on) 营销
- 敏捷营销 – 在大型组织中扩展敏捷营销



对于每一个客户的需求和动机都有关键的洞察。学会如何捕捉以获得更好的结果。

课程单元

学习如何通过支持更好决策的战略建立一个营销驱动型组织。

- ✓ 了解客户何时、何地以及为何选择您的产品或服务
- ✓ 学习如何通过各个媒体渠道讲述出色的品牌故事以转化客户
- ✓ 向敏捷营销组织迈进
- ✓ 通过自动化和AI技术实现更智能的营销

单元 1

数字世界中的营销框架

理解客户期望，并了解五大营销转型途径。

- 数字世界中的客户期望
- 营销转型之旅
- 制定框架：五大营销转型途径（参与和内容，数据与分析，流程和执行，组织与人员，平台和自动化）

单元 3

客户细分和行为营销

研究客户细分的基本原理，以及如何根据行为和反应选择目标市场。

- 先验细分相对于基于响应的细分
- 细分过程概述（假设、量化、验证/描述）
- 行为营销与自动化行为营销

单元 2

了解客户并获得洞察

通过社交数据了解客户洞察的本质，并绘制客户旅程图。

- 客户洞察：演绎和归纳
- 族群研究
- 客户旅程图
- 人因学研究
- 社交数据挖掘
- MotiveScapes（动机全景）
- 客户洞察中的人工智能

单元 4

客户旅程和内容战略

找出客户在与您品牌关系中所处的位置，并学习如何创建新的方式吸引并告知他们。

- 客户旅程图
- 使用 ERRC 坐标格（去除、提高、减少、创造）提升客户体验
- 内容管理流程
- 创建内容中心

单元 5

数字世界中的品牌故事述说

了解如何利用有影响力、有思想的故事吸引客户，将客户与您的品牌和价值观联结起来。

- 故事述说的结构
- 跨媒体述说故事
- 故事述说宣传活动的设计

单元 7

营销归因、测试和实验

识别客户接触点以了解客户所购买的物品、地点和原因。

- 营销组合建模
- 跨渠道归因
- 多触点归因
- A/B 测试与优化
- 营销实验流程

学以致用机会

让我们把理论付诸实践。在整个课程中，您将应对营销转型的挑战。您将找出一项业务挑战，并通过营销方案加以解决。理想情况下，这是您可应用于现实生活中的解决方案，使这项练习具有内在的实用性。

单元 6

通过敏捷营销加速营销执行

学习如何为大大小小的组织进行更好、更快和更强大的营销。

- 永远在线 (Always-on) 营销
- 从传统营销转向敏捷营销
- 实施和扩展敏捷营销

单元 8

市场营销中的营销自动化与人工智能

了解哪些软件应用程序可以节省时间并提高生产力，同时仍能有效地吸引客户并管理客户关系。

- 营销自动化
- 人工智能应用程序和客户生命周期（理解、触及、吸引、转化、参与）

行业实例

通过实际案例研究和多个行业的范例，您将看到这些理论如何付诸实践的。



谷歌 (Google)

通过迄今为止浏览量近一千五百万的谷歌印度的广告《团圆》(Reunion)的视角来分析品牌叙事结构。



美国电话电报公司 (AT&T)

使用客户旅程图，了解AT&T如何能够解决客户进店时对技术超载的不安感，并将其转化为积极、个性化的店内体验。



宝洁 (P&G)

了解宝洁如何通过创建一个提供继续教育、最新牙科研究和实践管理工具的网站来解决牙医最突出的三个痛点，而不是将销售人员派往牙医办公室。



联邦快递 (FedEx)

探索联邦快递如何利用Pinterest图板展示快递人员的故事，使其业务人性化。



克劳森 (Claussen)

探究挖掘社交数据获得的洞察如何帮助一个泡菜品牌勾勒出其客户的动机，从而得以充分利用以前未实现的细分市场。



全食超市 (Whole Foods)

了解全食超市如何利用人工智能 (AI) 获得客户洞察，从而加深对产品选择的理解。

注：所有产品和公司名称都是其各自所有者的商标或注册商标。使用它们不代表与其有任何关联或获得其背书。



课程师资

Mohanbir Sawhney

McCormick 基金会技术主席
营销学临床教授
技术和创新研究中心主任

Sawhney教授是商业创新、现代营销和企业分析领域的全球知名学者、讲师、顾问和演讲者。他撰写了七本管理学著作，并在顶级学术期刊和管理学出版物上发表了数十篇富有影响力的文章。他的最新著作《感知型企业：数据驱动的商业决策演进》于2017年10月出版，并荣登《华尔街日报》畅销书榜。此外，他还在2014年写了一本名为《爱、渴望与孤独》的诗集。

Sawhney教授的研究发表在多家顶级期刊上，包括《加州管理评论》、《哈佛商业评论》、《互动营销期刊》、《管理科学》、《营销科学》、《麻省理工学院斯隆管理评论》和《营销科学学院期刊》等。此外，他还经常为《财富》、《福布斯》和《金融时报》等出版物撰稿。

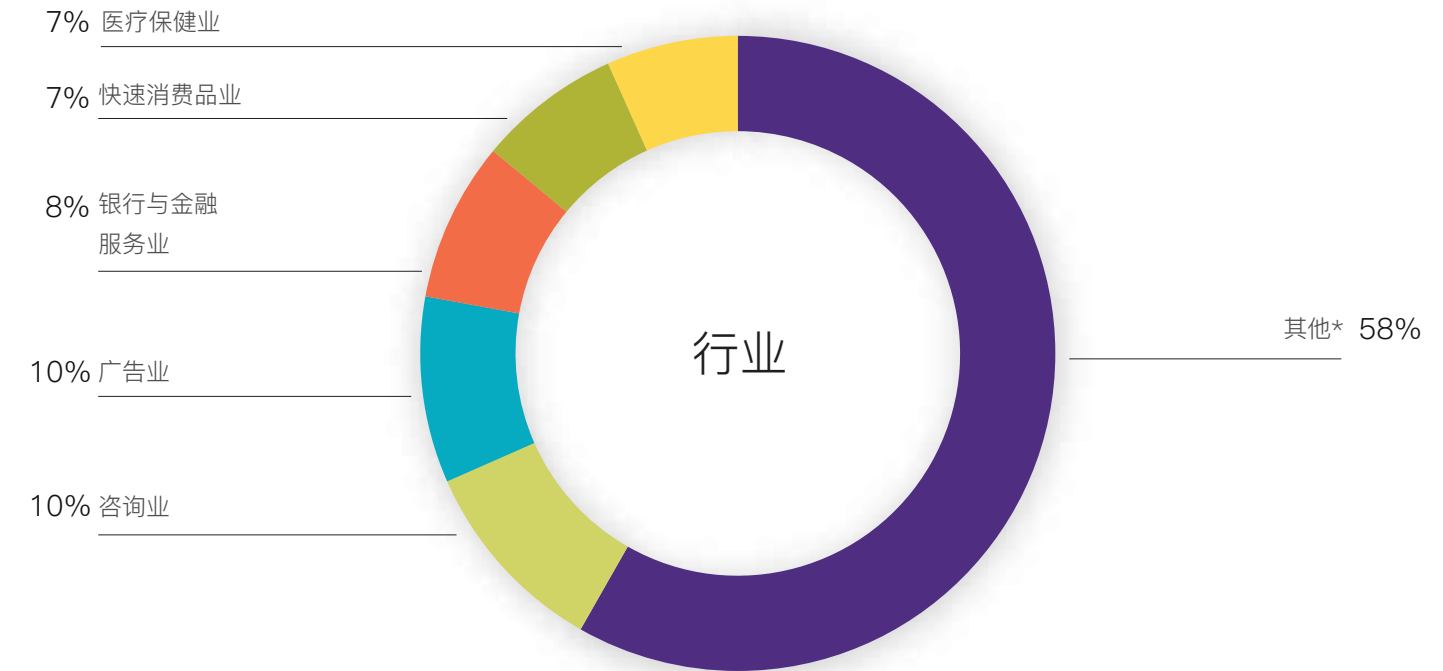
Sawhney教授提供演讲和咨询服务的客户包括：埃森哲、奥多比系统、AT&T、波音、思科系统、戴尔、杜邦、安特吉、爱立信、富达投资、通用电气、通用磨坊、高盛、霍尼韦尔、财捷、简博律师事务所（Jenner & Block）、仲量联行、强生、家乐氏、麦当劳、微软、日产汽车、雷神导弹系统、罗克韦尔自动化、SAP、索尼、天睿、德事隆等。

Sawhney教授拥有宾夕法尼亚大学沃顿商学院的市场营销博士学位；加尔各答印度管理学院的管理学硕士学位，以及新德里印度理工学院的电气工程学士学位。

学员概况

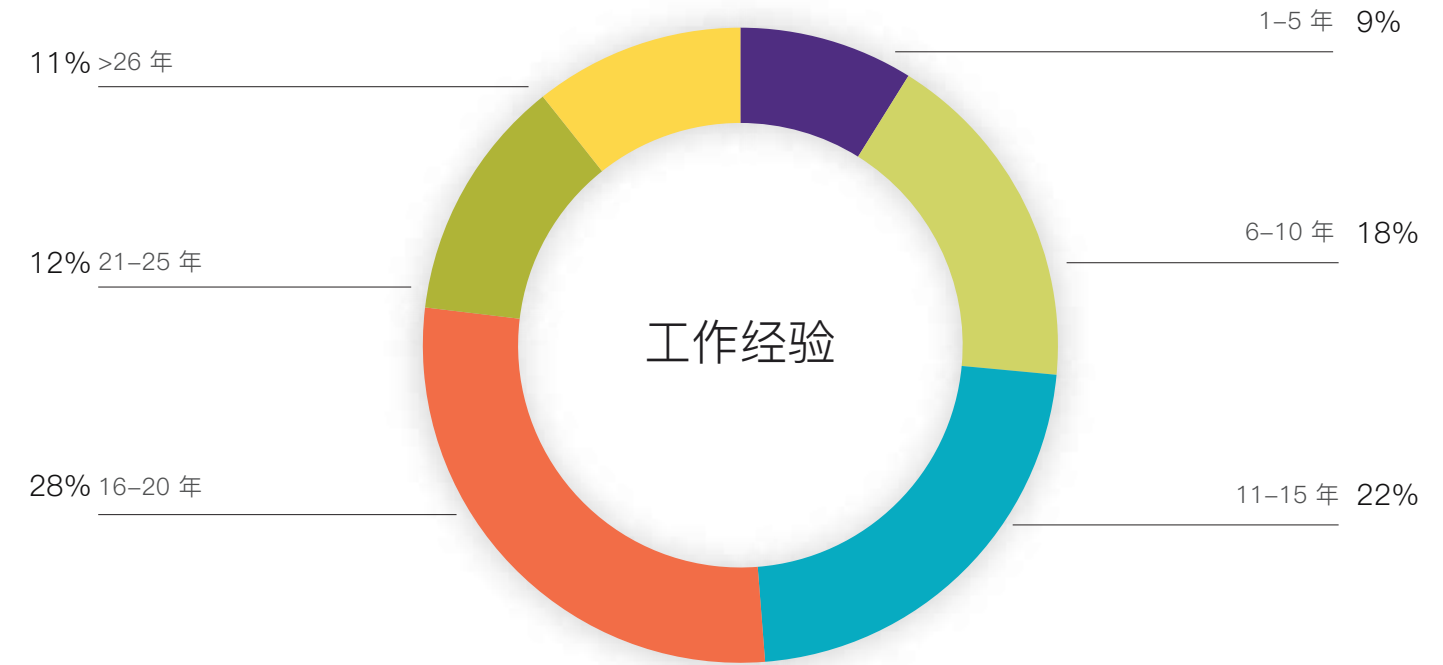
在学习数字营销战略的过程中，您将结识优秀的伙伴。往期学员来自各种不同的行业、工作职务和管理阶层。

学员按行业划分



其他 *58% - 包括电子商务、教育、电子/硬件、能源、工业品、IT 服务、媒体、房地产、零售、电信等。

学员按工作经验划分



代表性公司

学员包括来自以下公司的代表：

- 3M
- 埃森哲
- 美国运通
- 博世
- 佳能
- 易趣
- 安永会计师事务所
- 埃克森美孚
- 福特汽车公司
- 谷歌
- 汇丰银行
- 宜家
- 摩根大通
- 万豪国际
- 百事公司
- 联合利华

学员职务包括：

- CEO 和董事总经理
- 首席营销官
- 数字和社交营销高级总监
- 数字战略和在线体验总监
- 营销和战略总监
- 营销与传播副总裁
- 数字营销主管
- 国际营销经理
- 社交媒体高级经理
- 营销与客户体验经理
- 市场和消费者洞察专家
- 创新和战略顾问



学员感言

“

“这些课程视频真是棒极了！课程负责人通过在线答疑提供的支持让我印象深刻。这门课程为我进一步学习和研究奠定了良好的基础，同时也让我对如何更好地执行规模化营销的组织原则有了非常宝贵的见解。”

Brooke Muhlhauser，数字总监

“课程内容非常有趣，而通过实例使内容生动又增强了影响力。我非常喜欢后面几节课中的一系列实例。此外，案例研究对于挑战性思维和应用学习也很有帮助。在讨论能力建设及所需的要素时，我发现自己被深深吸引。战略内容对我来说最引人入胜，也最有趣。总的来说，这是一门很棒的课程。”

Carlos Dortrait，营销和商业分析副总裁

”

“

“Sawhney教授非常有魅力并且极有洞察力。他在跨不同行业的营销和技术挑战面前游刃有余，对于如何应对业务转型以及将营销标准提升到最高水平方面总能给出新颖而切实的观点。”

Belines Bartra，创始人/营销总监

“这门课程改变并提升了我对数字营销的看法。我学到了数字营销不只是通过数字和社交渠道创造或管理内容、广告及活动。这门课最精彩的部分是将现代数字营销知识与自动化和科技的趋势相结合。这肯定会激发人们的好奇心，去确认我们的现有做法有哪些并如何可以改进和优化，进而实现创新。”

Ahmad El Madi，运营开发经理

”

证书

一旦成功完成课程，凯洛格商学院高管教育学院将向学员颁发经过认证的数字结业证书。
本课程按及格和不及格评分；学员分数必须达到80%才能通过并获得结业证书。



成功完成课程后，经过认证的数字证书将以您注册课程时使用的姓名通过电子邮件发送给您。
所有证书图片仅用于说明目的，凯洛格商学院高管教育学院可能会酌情更改。

注：这一在线证书课程不授予凯洛格商学院高管教育学院的学分或学位。

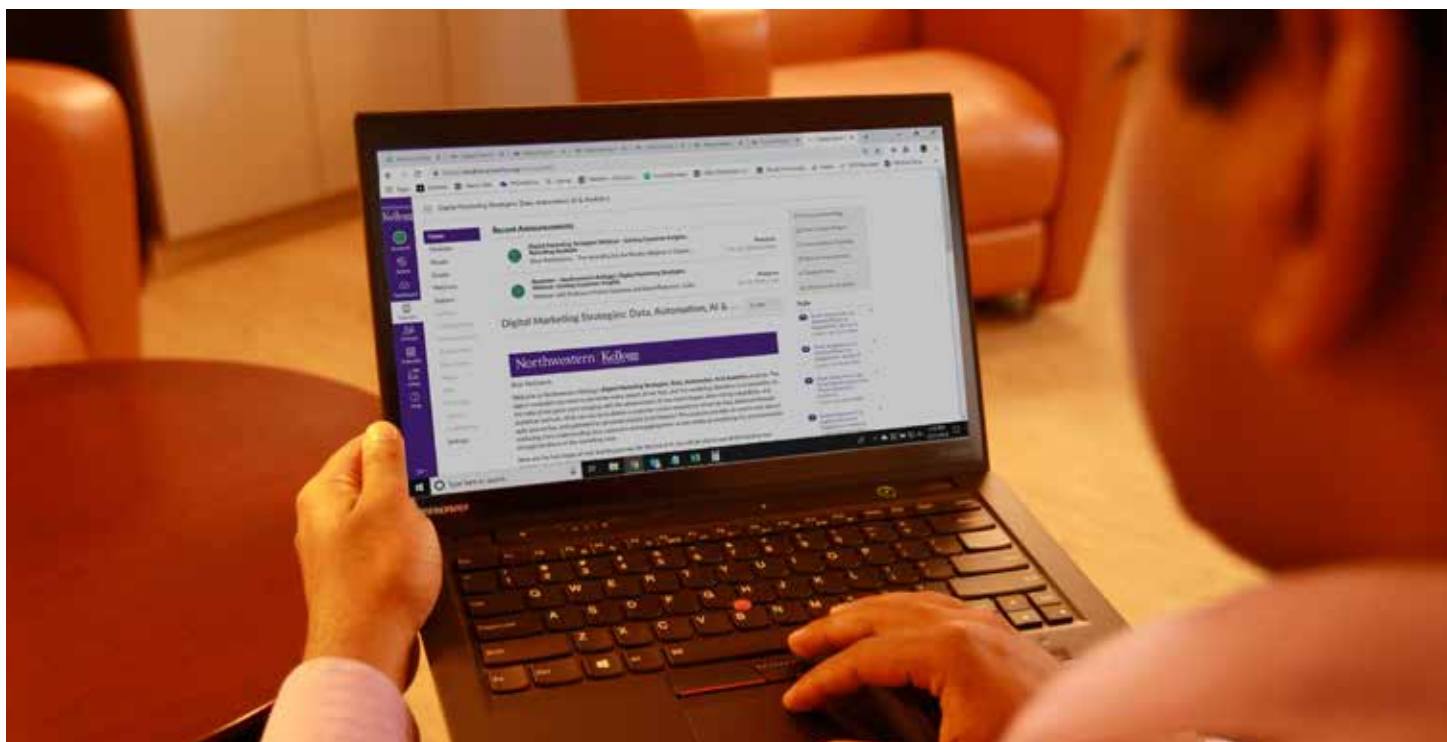
关于优仕研习社

凯洛格商学院高管教育学院与在线教育优仕研习社合作，提供一系列高影响力的在线课程。通过与优仕研习社合作，我们能够以协作和引人入胜的方式，将办学扩大到校园以外的地方，并保持凯洛格一贯的教学质量。优仕研习社的学习方法采用一种基于群组的教学设计，将学员间的对等共享最大化，同时提供全球知名导师的在线直播教学和以项目实践为导向的学习体验。去年，来自160多个国家/地区的66000多名学员从优仕研习社的课程中获得专业受益。

课程时长

2 个月，
每周在线学习 4-6 小时

学习体验

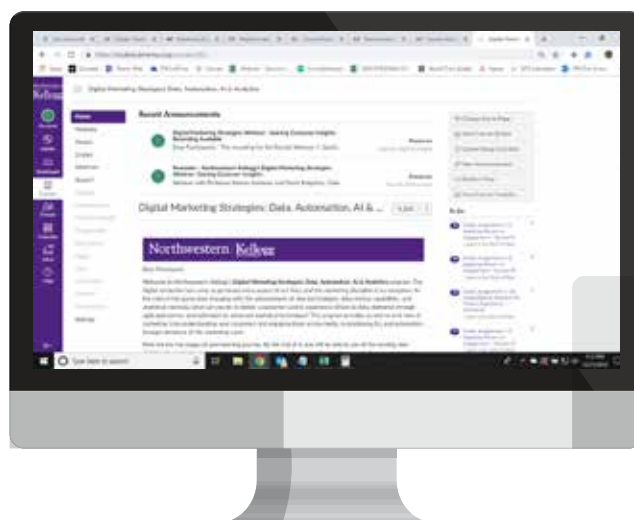


我们的课程旨在满足个人学习风格的需求，同时充分发挥同伴学习的力量。通过易于操作的学习平台，学员可以轻松地浏览课程内容，实现学习目标。

保持真实感

我们的教学方法旨在将概念变得生动有趣，体现在：

- 碎片化学习技巧
- 实际应用
- 同伴学习讨论
- 实时互动教学



保持便利

课程内容的访问方式非常灵活，支持多种设备，允许在职的专业人士随时随地轻松管理学习计划，进行远程学习。参加课程的学员获得模块化的学习资料，每周发布新内容。课程模块包括多种教学形式，例如：

- 视频讲座
- 讨论
- 课堂资料：文章、案例
- 测验
- 调查
- 作业



为使课程模块进一步个性化，课程期间安排的实时教学环节通常包含问答。对于无法实时参加的学员，我们会提供录播，确保他们不会错过任何内容。通过我们业界领先的学习平台，学员可以创建个人资料，与同伴学员建立联系与协作，并与课程负责人和助教等学术/行业专家进行互动。作业通常与学员的实际情况紧密相连，使概念具有内在的实用性。

保持有趣

我们全球联网的课堂支持学员之间无缝交流以完成小组作业，保持方向，完成课程，同时在此过程中经历丰富的文化体验。

课程要求

要参与课程，学员需具备以下条件：

- 有效的电子邮件地址
- 最新版本的 preferred 浏览器，用于访问学习平台
- Microsoft Office 和 PDF 查看器以访问内容，例如文档、电子表格、演示文稿、PDF 文件和抄本等
- 连接到互联网的计算机设备：台式机/笔记本电脑、平板电脑或智能手机

其他要求

课程可能需要使用各种软件、工具和应用程序。在注册阶段或课程开始时我们会告知学员这些额外要求。我们的课程顾问也可以回答有关这些要求的任何疑问。

联系课程顾问

电子邮件: kellogg@ushi.cn

电 话: 400 1008 874 (中国)

*“ERUDITUS”、“EMERITUS”和“优仕研习社”均为Eruditus Group 旗下品牌。

“优仕研习社”的主体为上海择藤教育科技有限公司，在法律允许的范围内择藤享有以上资料的解释权。

Northwestern | Kellogg
School of Management



优仕研习社



EMERITUS