

## 议程概览

<b>第一天</b> <b>上午</b> 09:00-12:00	主论坛
	专题论坛一：AI+大数据营销专场
	专题论坛二：社交媒体及内容营销专场
	专题论坛三：营销绩效评估专场
<b>第一天</b> <b>下午</b> 14:00-17:00	主论坛
	专题论坛四：数字时代品牌管理创新专场
	专题论坛五：数字时代用户管理创新专场
	专题论坛六：数字时代产品研发创新专场
<b>第二天</b> <b>上午</b> 09:00-12:00	主论坛
	专题论坛七：数字媒体营销创新专场
	专题论坛八：中国品牌出海专场
	专题论坛九：B2B行业专场
<b>第二天</b> <b>下午</b> 14:00-17:00	主论坛
	专题论坛十：社交电商专场
	专题论坛十一：新零售&大快消专场
	专题论坛十二：行业论坛 (IT3C/大旅游/医疗与大健康/教育行业等)

09:00

## ▶ 数字化营销的下一站？

数字化营销的机遇与挑战  
海内外营销趋势的相同与不同

## ▶ 如何从“营销”变成“盈销”？

以受众为核心，以增长为目的全面营销赋能  
文字情感识别，图像场景识别，信息智能提取——更全面获取舆情信息  
线下用户数据采集，追求与消费者一见如故

## ▶ 如何利用现有流量裂变，实现流量增殖

分销实现流量裂变  
社交+电商+营销实现流量与转化的爆发式增长

## ▶ 洞察+连接+赋能，升级智能营销

深入感知用户偏好，有效调整营销策略  
调整媒体媒介组合，提高有效触达Reach、转化率  
与第三方监测公司或DMP进行数据连接，完成消费者决策路径的闭环

## ▶ 如何打造智能营销决策系统

AI重塑决策营销  
打造MIP，一站式系统助力CMO降本增效

## ▶ 如何打造“人企无间，货物无边，场景无限”的无界零售

消除时间空间的边界，零售场景无处不在、无所不联  
消除产品的固定边界，产品从单一走到商品+服务+数据+内容的组合  
消除角色的区隔，形成供需合一、协同共创的关系

17:00

## ▶ 颠覆性的营销系统将会打造什么样的智慧营销

精细化流量运营能否实现业务增长  
通过数据倒推优化营销策略，降低流量成本  
数据管理平台和数据服务如何指导增长优化



# 专题论坛一 >>

## AI+大数据营销专场

🕒 2020年3月19日 09:00-12:00

- 09:00
- ▶ AI+大数据助力企业构建更合理的内容营销策略
  - ▶ AI时代，企业如何利用大数据驱动用户管理与助力营销增长
  - ▶ AI赋能品牌，洞见智能营销价值
  - ▶ 基于用户画像的精准营销
  - ▶ 利用数据和分析来连接品牌和消费者
- 12:00
- ▶ 运用高级分析使零售商实现盈利



# 专题论坛二 >>

## 社交媒体及内容营销专场

🕒 2020年3月19日 09:00-12:00

- 09:00
  - ▶ AI+短视频驱动社交营销新增量
  - ▶ AI赋能开创场景营销新纪元
  - ▶ 移动互联网商业模式变革与创新
  - ▶ 整合传播新玩法，将新媒体内容营销聚合
  - ▶ 利用内容数据，高效转化订单，实现智慧营销
  - ▶ 传统媒体策略到个体媒体战略的迁徙之路
  - ▶ 内容营销+数据洞察，优化战略资源布局
- 12:00
  - ▶ 如何更好理解社交生态，找到核心价值定位



# 专题论坛三 >>

## 营销绩效评估专场

🕒 2020年3月19日 09:00-12:00

- 09:00
- ▶ 营销方式的成功与否如何通过营销绩效评估体现
  - ▶ 通过营销绩效评估如何有效提高ROI
  - ▶ 数字技术结合消费者中心思维提升KPI监测效果
  - ▶ 通过营销绩效评估帮助企业协调员工活动与组织战略，提高团队效率
  - ▶ 营销绩效评估反推帮助企业构建合理的营销绩效模型
  - ▶ 以营销绩效评估为依据，用科学的手段将营销风险降到最低，使营销投入获得最大的绩效回报
- 17:00
- ▶ 根据营销绩效评估作出市场洞察，助力企业调整市场营销策略？



# 专题论坛四 >>

## 数字时代品牌管理创新专场

🕒 2020年3月19日 14:00-17:00

- 14:00
- ▶ 如何凸显EPR品牌口碑营销的优势
  - ▶ “互联网+大数据+AI” 紧密串联品牌营销各环节与传播链条
  - ▶ 社交媒体时代品牌危机管理之道
  - ▶ 品牌如何表达和传递立场
  - ▶ 危机公关急速高效应对，打造极致客户体验
  - ▶ 如何修炼内功，洞察跟风消费趋势
  - ▶ 提高品牌价值认知，布局未来营销
  - ▶ 新媒体时代下，企业领导形象维护及公司危机管理的新机遇
  - ▶ 未来公关应该从“关系”到“公共”
- 17:00
- ▶ 清晰洞察Z世代，品牌亦需年轻化



# 专题论坛五 >>

## 数字时代用户管理创新专场

🕒 2020年3月19日 14:00-17:00

- 14:00
- ▶ 通过SCRM解决方案全渠道连接到客户接触点，建立客户忠诚度计划和数据驱动的客户管理
  - ▶ 通过SCRM数据中心，沉淀私有流量，构建“数据核心竞争力”
  - ▶ 智能互联网时代的数据价值，如何建立高转化率的会员运营生态
  - ▶ 怎样做到全域营销？
  - ▶ 利用营销自动化工具如何实现全渠道用户生命周期营销，用户激活及转化，优化用户体验
  - ▶ 如何通过大数据赋能，完成产品销售预测
  - ▶ 基于大数据库，完成全渠道用户行为分析，甄别适合企业的KOL
- 17:00
- ▶ 如何在万亿规模的下沉市场中寻得商机



# 专题论坛六 >>

## 数字时代产品研发创新专场

🕒 2020年3月19日 14:00-17:00

- 14:00
- ▶ C2M如何推动跨界创新，打造智能工业生态系统
  - ▶ 新产品研发关键即重新定义场景
  - ▶ 打通生产需求信息流，反向定制，推动消费升级
  - ▶ AI技术融合设计创新，致力于消费者最本质需求
  - ▶ 创新设计思维中的“道”与“术”
  - ▶ 打造个性化、差异化产品完美适配当代年轻化，定制化客户诉求
  - ▶ 从消费者洞察到产品创新与服务体验设计
  - ▶ 设计形态中突破传统，开创具有颠覆性的产品
  - ▶ 品牌如何通过跨界设计定义美好生活
  - ▶ 如何有效打造C2M供应链，反向推动产品研发
- 17:00
- ▶ 基于产品生命周期理论下创新设计带来的降本增效



# 峰会日 主论坛 >>

🕒 2020年3月20日 09:00-17:00

09:00

## ▶ CMO如何扛起“增长大旗”变身CGO

营销的本质：基于市场战略的增长  
利润区突围路线图：寻找下一个增长点  
营销战略 4.0，营销的“变”与“不变”

## ▶ 清晰认知品牌价值与市场定位，布局未来品牌营销

营销的本质：基于市场战略的增长  
利润区突围路线图：寻找下一个增长点  
营销战略 4.0，营销的“变”与“不变”

## ▶ 将品牌价值融入营销裂变，飞速传播中实现增长

抓住品牌切入的圈层人群，影响核心用户  
核心用户的新洼地  
从大众爆款到圈层爆款：人脉营销到底怎么玩？

## ▶ 搭建全渠道私域流量池，建立营销获客矩阵

深入多种获客场景，营销自动化平台承接多渠道流量  
撬动销售团队和用户的社交资源，增加口碑传播，实现低成本拉新获客的杠杆率  
内容作为诱饵覆盖全渠道，提供多种内容类型，深入用户购买旅程

## ▶ 数字时代下极致产品打造，推动产品研发升级

国产替代趋势催生“性价比红利”  
立足国内市场，进行全球化布局。为培育国际市场竞争力  
强化研发创新推动产品高端化升级

## ▶ 数字时代全渠道营销的灵活应用与前景展望

构建适合企业自身的全渠道业务系统  
整合会员数据并且统一会员权益  
如何重构“人、货、场”，玩转新零售

## ▶ AI赋能品牌“读懂”消费者，获取完整客户画像

数据赋能，打开营销洞察新视界  
技术加持，营销创意新玩法  
全场景助力品牌传播

17:00

## ▶ 数据管理平台如何优化系统实现高洞察，高转化

建立统一的网关，实现智能数据管理  
充分利用云优势，加快价值实现速度



# 专题论坛七 >>

## 数字媒体营销创新专场

🕒 2020年3月19日 09:00-12:00

- 09:00
- ▶ 如何打造从广告到销售的营销闭环, 从艺术到科学构建营销新生态
  - ▶ 黑科技在广告投放中的探索与运用
  - ▶ 多屏化传播时代下跨屏视频广告营销
  - ▶ 数字营销大屏时代, 广告主如何进行OTT广告投放, 优化广告投放渠道?
  - ▶ 优化整合广告品类, 开启智能电视大屏时代
- 12:00
- ▶ 广告融合短视频, 让品牌占据营销流量的风口



# 专题论坛八 >>

## 中国品牌出海专场

🕒 2020年3月19日 09:00-12:00

- 09:00
  - ▶ 中国品牌走向世界的潮流之旅
  - ▶ 跨文化营销如何在海外站稳脚跟
  - ▶ “中国代牌”到“中国品牌”——中国企业在海外，做品牌还是做产品？
  - ▶ 社交媒体还是在线广告？——中国品牌如何选择在海外的数字营销方式
  - ▶ 最新政策环境详细解读，机遇or挑战
- 12:00
  - ▶ 海外品牌构建，如何融入当地文化？



# 专题论坛九 >>

## B2B行业专场

🕒 2020年3月19日 09:00-12:00

- 09:00
  - ▶ B2B的电商营销之路
  - ▶ B2C到B2B，借鉴B2C思维，创新B2B营销活动
  - ▶ B2B如何布局社交媒体营销
  - ▶ B2B类产品玩转“直播”？
  - ▶ 数字驱动化工类全新商业模式
  - ▶ SB2B企业如何做好数字化品牌营销
- 12:00
  - ▶ 医疗行业，B2B数字营销策略



# 专题论坛十 >>

## 社交电商专场

🕒 2020年3月20日 14:00-17:00

- 14:00
- ▶ 如何打造“人企无间，货物无边，场景无限”的无界零售
  - ▶ 构建打通线上线下的商业体系，使得商品交易、营销、会员服务无限联通
  - ▶ 玩转粉丝经济，裂变新玩法提升企业变现能力
  - ▶ CRM会员高效引流，加速生成营销闭环
  - ▶ 社交电商如何做好拉新、转化和留存
  - ▶ 流量红利渐渐耗尽的后电商时代，怎样依托低成本裂变，掀起行业大洗牌
  - ▶ 社交电商衍生“私域电商”，建立专属私域流量池
  - ▶ 品牌电商跨界打造创新型用户体验
  - ▶ 构建电商新零售关系，充能新零售，提高效率
- 17:00
- ▶ 跨境电商社交化会演变为全球版图下的社交电商吗



# 专题论坛十一 >>

## 新零售&大快消专场

🕒 2020年3月20日 14:00-17:00

- 14:00
- ▶ 从“传统零售”到“新零售”，品牌如何实现“以人为核心”的零售数字化升级
  - ▶ 从“渠道为王”到“社交零售”如何发挥门店价值空间，拓展零售场景
  - ▶ 移动互联时代，如何打造品牌闭环，整合全域流量，反哺品牌零售
  - ▶ 如何沉淀会员消费数据，高效管理会员
  - ▶ 企业如何搭建全渠道零售系统体系
- 17:00
- ▶ 国内外新零售模式有什么不同

