

工业品企业如何做好内容营销

曾几何时，传播进入了“读图”时代，内容不再被传播人奉为圭臬，而代之以眼花缭乱的形式、强视觉冲击力的画面。过分强调对形式的关注和对感官的刺激，似乎成为我们这个时代传播的主导。可是缺乏实质的浮华表现在工业品营销领域却受到越来越大的挑战。事实上，工业品营销对“内容”更为依赖。工业品复杂的产品、巨大的成交风险、谨慎的群体决策，使购买行为都更加“理智”。单纯的运用画面营造视觉冲击等形式，并不能彻底消除他们的疑虑，攻破他们的心理防线。他们最终还是要通过对“内容”的解读来深度了解产品、技术、解决方案与自身的需求来匹配，从而获得安全感，解决信任度问题。

如何破局？

张东利老师最新推出企业内训课程《工业品企业如何做好内容营销》受到企业赞誉。该课程是张老师专注工业品企业品牌建设 12 年来，以亲历上百个工业品企业的品牌营销实战案例为基础，总结出的一套适用于工业品企业进行内容营销的方法论，并与行业标杆企业进行对标和分析，通过具体的案例讲解，把繁杂无序的内容创作，归纳为轻松和简易掌握的原则，从而提纲挈领，化繁为简，快速提升内容作者的能力提高企业整体内容营销的水平，赢得市场成效。

适用对象：

市场、人力资源、销售、企业文化建设等相关人员

课程目标：

学员通过课程学习，对工业品品牌营销的特性有深刻认识；透彻理解内容营销的重要性和实施方法；对内容营销的各种形式有清晰的了解；能撰写品牌营销中用到的各种形式的有效内容，举一反三。

课程内容：

1. 内容营销对工业品企业为什么重要？
2. 内容营销的根本目的是什么？
3. 工业品内容营销和消费品软文的区别何在？
4. 一篇内容有哪些因素构成？
5. 工业品内容营销的主要类型有哪些？
6. 工业品企业如何写好以下“内容”？（实际案例讲解）
7. 新闻稿；成功案例；行业展望；社交媒体文章；技术文章；行业观察

8. 如何获得“内容”？

授课形式：

企业内部培训

课时：

5-6 小时（1 天）

联系课程顾问：

Johnny，手机：18601715390；QQ：3388918061