

自媒体营销力实战技巧训练营

【课程背景】

- 1、全员微商做了 1 个月，没有什么效果，朋友还离我而去，可怜！
- 2、产品上电商平台 3 个月了，买流量花了三万一，一共卖了 13 件宝贝，可悲！
- 3、网销人最会做推广，百度一月烧钱 20 万，公司电话接了 19 个，卖了 6800 元，可惜！
- 4、传统营销力人看着网络热闹，不甘寂寞要试水，没想到水深，掉坑里了，可赞！
- 5、自媒体营销力在互联网+大数据时代是基础更是工具还是技术和艺术。可敬！

自媒体的大规模出现虽然时间不长，但是发展速度惊人，势如破竹般冲击着传统型机构媒体。微信公众号更是把自媒体推向了顶峰。目前微信公众号数量已过千万，在这种发展态势下，今日头条、QQ 公众号、百度百家等平台相继推出自己的自媒体平台，商家也越来越把自媒体作为主要的宣传渠道，比如海尔跟万达，把广告宣传的重心直接扑向了新媒体。随着一些公众号，如餐饮老板内参、十点读书、酒业家等相继获得融资，自媒体后时代来临了...那如何在后时代再次起飞呢？

【授课时长】

2 天 (12H)

【课程收益】

- 1、全员营销力实现企业品牌影响力更大，更具有市场话语权！
- 2、让产品卖的更容易，更轻松，更加具有主动权！
- 3、让我们的粉丝更多，客户更认同，更加具有决策权！
- 4、人人是自媒体，你的影响力价值，决定你的财富价值！
- 5、企业网络营销力中自媒体扮演着意见领袖的角色！
- 6、微商是自媒体+自主经营体的完美结合，玩的好的都会讲！
- 7、懂得玩转自媒体，网络营销力你会如虎添翼！

【课程目标】

- 1、让企业了解自媒体在互联网+时代企业传播中的应用
- 2、掌握自媒体互联网传播模式及规律

- 3、学会自媒体及事件传播的策划技巧
- 4、掌握自媒体内容营销力的方法
- 5、结合自身企业寻找适合的自媒体网络传播方式和方法
- 6、厂家要有发言人、品牌要有代言人，你成为自媒体就更厉害。
- 7、人人都是自媒体，只要你想做个人影响力，都要学会做自媒体。
- 8、优秀自媒体能够月入百万

【授课对象】

总裁、副总、总监、品牌管理部、企划部、市场部、策划部、广告部等以及其他行销力支持部门同时包括公司高层管理者、部门经理、营销人员：企业家、明星、专家、培训师、营销人、销售人、电商人、微商人。

【课程特色】

自媒体时代，用户多者则为王。但是，运营好自媒体平台，吸收更多优质用户，却不是一件轻而易举的事。如何玩赚自媒体平台的运营与粉丝互动，提高自身品牌影响力？本课程为您系统介绍自媒体平台的选择、运营思路方法、及用户互动方式，助您快速建立自媒体平台，打造高用户、高影响、高盈利的自有品牌。

【课程方式】

讲授、分组讨论、案例解析、角色扮演、互动性游戏、视频演绎、经验分享等；实战方法+案例分析+提问互动+全面演练

【课程大纲】

第一讲 各种自媒体平台及特点

- 1、腾讯系自媒体平台
- 2、今日头条
- 3、新浪
- 4、自建网站、博客
- 5、搜狐公众平台
- 6、百度系
- 7、其他自媒体平台

第二讲 新媒体传播与自媒体建设

一、“杜蕾斯宝宝”：安全套是这样卖的

- 1、互联网传播特点
- 2、传统媒体的衰退和裂变
- 3、《罗辑思维》的个人品牌媒体

二、新媒体传播属性

- 1、从精英传播到大众传播
- 2、从媒体发布到人际传播
- 3、从单向传播到病毒式传播

三、自媒体的出现

- 1、微博的媒体属性
- 2、微信：私密朋友圈平台
- 3、APP：掌中新闻互动终端

四、大数据带来的广告模式改变

- 1、脑白金“金弹”广告模式的消失
- 2、新广告传播特征

五、企业的媒体化属性

- 1、企业为什么要办网络平台
- 2、媒体角色的转换所需要的路径

案例解析：

- (1) 百事可乐的“把乐带回家”
- (2) 龙润茶庄的朋友圈传播

第三讲 玩转自媒体必备的品质和素养

- 1、科学选择自媒体平台
- 2、玩转自媒体必备的品质和素养
- 3、专注的力量
- 4、坚持的决心
- 5、学习的结果
- 6、总结的成就
- 7、玩转自媒体运营实战技巧
- 8、玩转自媒体运营的双模式
- 9、自媒体运营 6 大要素
- 10、自媒体平台盈利模式
- 11、玩转自媒体粉丝用户的诀窍

第四讲 自媒体自我营销力能力篇

- 1、自媒体定位（弱水三千，只取一瓢）
- 2、自媒体 VI 设计（“从头到脚”的品牌形象设计）
- 3、自媒体传播矩阵设计
- 4、创造价值内容（内容为王，软文、病毒图片、微视频、电台创作）
- 5、建立分享渠道（pc、移动、线下一个也不能少的结合策略）
- 6、粉丝暴增秘诀（加粉丝、还要加高质量粉丝的方法）
- 7、互动机制建立（有计划、有节奏、手机控变控手机）
- 8、创办开放媒体（根绝自己的客户定位，建立自己的个性化对外媒体平台）
- 9、借力、利与势（粉丝与用户参与感设计，让传播更有效）
- 10、分享呈现技巧（分享节奏设计，线上、线下一条主线，不同表达技巧）

第五讲 自媒体自我营销力工具训练篇

- 1、微信与微信公众号
- 2、QQ 与 QQ 空间
- 3、微博（新浪、腾讯）

- 4、博客（新浪、搜狐等）
- 5、视频（腾讯、优酷等）
- 6、电台（荔枝、喜马拉雅、yy、唱吧等）
- 7、搜索（百度等大众搜索引擎、专业搜索、社会化媒体搜索）
- 8、场景（微场景、图吧）

第六讲 企业 SEM 品牌传播

一、建立搜索引擎品牌档案

- 1、百度百科
- 2、百度知道
- 3、百度词条和经验的应用
- 4、百度指数使用

二、网络文章 SEO 优化

- 1、主关键词设置
- 2、文章中长尾搜索的应用
- 3、标题制作
- 4、网络标签的路径应用
- 5、与百度新闻源网站合作

三、企业 SEM 行销力

- 1、企业关键词设置
- 2、病毒式传播制作
- 3、互联网销售软文制作技巧

案例解析：

- (1) 老乡鸡的百度应用
- (2) 蒙牛“毒奶门”网络搜索

第七讲 事件行销力的制造与传播

一、内容行销力

- 1、话题制造
- 2、讲好故事
- 3、制造争议
- 4、病毒传播

二、事件策划

- 1、捕捉热点
- 2、借助新闻事件
- 3、调动网友情绪
- 4、做好商业文案

三、商业文案

- 1、主题设计
- 2、资源调配
- 3、活动策划
- 4、媒体合作
- 5、传播口号

四、网络炒作

- 1、病毒制造

- 2、水军助推
- 3、大V合作
- 4、链接推广

案例解析：

- (1) “世界上最好工作的招聘”事件策划
- (2) 万科的〈包大人买房记〉微电影

第八讲 自媒体内容与平台搭建

一、企业自媒体内容

- 1、企业软文写作
- 2、企业内容传播
- 3、企业口碑树立

二、企业自媒体定位

- 1、图文时代
- 2、视频制作
- 3、企业微电影策划与制作
- 4、微视的8秒钟运用

三、官方微博传播

- 1、微博的话题设置
- 2、找准人群播发
- 3、运用粉丝通扩大影响

四、微信内容行销力

- 1、朋友圈传播
- 2、漂流瓶使用
- 3、寻找附近目标用户
- 4、微信会员管理

五、企业微矩阵建立

- 1、公共账号划分
- 2、建立圈子平台
- 3、建立微信互动服务

六、高质量加粉实战技巧

案例解析：

- (1) 小苹果“恶搞”的视频传播
- (2) 天津大爆炸哪家企业在做借势传播

- 1、不出现等于不存在
- 2、快速免流量快速共享所有资料
- 3、通讯录可以变成资料收集器
- 4、通讯录也可以使用共享发送给对方
- 5、设置勿扰模式让手机变成私人助理
- 6、设置勿扰模式下的重要电话不会错过
- 7、如何快速打字省去录入时间
- 8、拥有自己的个人手机词典
- 9、ICLOUD 设置备忘录上传避免丢失
- 10、信号格如何变成为数字,让手机与众不同
- 11、用 IMOVIE 编辑属于自己的个性化视频

- 12、用小影来拍摄出美颜视频
 - 13、苹果手机不越狱如何装两个微信到3个微信
 - 14、升级 IOS9.0 安装软件的技巧
 - 15、查找我的 IPHONE 妙用
 - 16、录错文字,摇一摇即可撤销,重做键入
 - 17、头像决定你的交往
 - 18、用 QQ 号或者手机号做微信号
 - 19、所在位置变身营销载体
 - 20、添加朋友先做自我介绍
 - 21、更重要好友聊天置顶
 - 22、设置聊天背景,打败脸盲症
 - 23、产品体验是有效的软文
 - 24、用讲故事的方法发广告
 - 25、明确你自己的标签
 - 26、用利他心态玩自行销力
 - 27、从朋友圈引导到私密社群
 - 28、让你的平台为人所用
 - 29、让名字成为你的移动广告
 - 30、成为有影响力的“个人品牌”
 - 31、激发他人更多参与互动中来
-