

# 《微信自媒体创新营销策略与方法》

## 【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

## 【授课对象】

电力行业企业中高层管理者、营销部门等

## 【课程大纲】

(领导开训:强调训练的意义和纪律)

### 第一章、不容小看的微信营销 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

- 1.得关注者得天下
- 2.微信所带来的改变
- 3.微信与微博的区别
- 4.微信与短信的区别
- 5.微信在电力营销中的五大价值

### 第二章、电力营销者的微信界面设计三剑客 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

- 一、 互动:点评代表性学员的微信界面
- 二、 头像—良好的印象
- 三、 昵称—定位的象征
- 四、 签名—价值的显现
- 五、 作业:基于三剑客要求设计个人微信界面
- 六、 案例分析
  1. 广州供电某收费员的个人微信号
  2. 广州供电某营业员个人微信号
- 七、 现场模拟演练

个人微信号的设计与分享

### 第三章、电力公众号界面设计三剑客 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

- 一、 头像吸引
- 二、 页面合理清新大方
- 三、 内容实用方便吸引
- 四、 微信公众平台平台宣传运营管理
  - 1、你的好友即整个世界——公众平台简述
  - 2、我们账号有力量——公众平台推广兵法
  - 3、大号崛起：如何聚拢更多新用户
  - 4、细微分享汇聚出庞大收益
- 五、 五大模式分析
  - 1、广播模式——点对点的精准推送
  - 2、通讯模式——再谈“无聊经济学”与陪聊经济

3、撒网模式——漂流瓶、摇一摇与微信雷达中的商机

4、钓鱼模式——二维码与线下拍摄

5、分享模式——与其他模式的分享

六、案例分析

1. 广州供电 95598 公众号设计创建运营案例

2. 深圳供电公众号设计创建运营案例

3. 国网石家庄公众号设计创建运营案例

4. 广州供电公众号设计创建运营案例

5. 长沙供电公众号设计创建运营案例

6. 国网上海电力公众号设计创建运营案例

7. 国网北京电力公众号设计创建运营案例

**第三章、 电力微信活动策划（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）**

一、 案例分析:广州供电每月一主题

二、 案例分析:南网供电节约能源主题活动

三、 案例分析:招商银行的爱心漂流瓶

四、 理论:微信营销活动的三大目的

五、 理论:微信活动策划的五大元素

六、 作业:请策划一次微信活动

**第四章、如何获取微信好友（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）**

一、 存量转化

二、 微信功能

三、 网络推广

四、 线下宣传

五、 微小秘工具的使用

六、 案例：广州供电获取微信好友的案例

七、 模拟演练：获取微信好友的练习

**第五章、营销发帖设计（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）**

一、 帖子类型的八少八多

二、 配图四大范

三、 内容三主体

四、 案例：广州供电发帖分享、深圳供电发帖分享

五、 发帖练习

**第六章、好友关系管理（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）**

一、 问候是最温馨的习惯

二、 点赞是最基本的动作

三、 赞美是最简单的问候

四、 转发是最真诚的认同

五、 记录是最高效的习惯

六、 分析是最高明的营销

七、 案例：广州某催收员的好友关系管理案例

八、 现场模拟演练：好友关系练习：点赞、赞美、转发、记录、分析、群发问候

