

微信营销运营与要点

深度剖析，把握移动互联网的关键要点

课程背景：

2014年，双11销量再创新高。电子商务持续高速发展。

移动端异军突起，移动电商助推电子商务向更大的空间发展。

PC电子商务、PC推广与商业模式已经变成了传统

微信营销的高速发展让人措手不及

微信营销的发展是长期的吗？我们如何抓住移动互联网高速发展的机会？

适合对象：

企业高级管理人员、网络信息部门管理人员、电商管理人员

学员收益：

1. 什么是粉丝经济、互动营销、微营销
2. 微信营销的人群、特点、发展趋势
3. 传统渠道、电子商务、微营销的有机结合

4. 传统企业如何建微信营销商务体系

培训时间：

1天

课程大纲：

主题	核心内容
中国电子商务轨迹	风雨 15 年——中国互联网发展史 模式探索——电子商务发展历程 你死我活——电商巨头们的惨烈博弈
最好的时代已经来临	2000 年，伟大的电商平台 8848 成立，为什么没有活下来？ 2003 年，淘宝上线，为什么 2006 年才开始高速发展？ 2010 年京东开始高速发展，为什么之前不行？ 国美、苏宁电商仅仅比京东晚了 2 年，为何总长不大？ 现在，微信营销的机会在移动互联网上出现，这个机会是真实的吗？ 真正支撑微营销的消费人群是谁，他们的消费轨迹是什么样的？ 今天，中国的核心电商消费人群已经成熟，最好的时代来了，你能把握住吗？

	<ul style="list-style-type: none"> ● 电子商务人群的基本特点与喜好 ● 电子商务人群网购发展趋势
<p>微营销的背后： 新媒体营销 4 大定律</p>	<p>电子商务表面上是在网上做销售，实质是和消费者沟通</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 定律一：粉丝经济——发展粉丝比扩大销售更重要，与客户有效沟通比立即卖货更重要。 ● 定律二：用户体验——腾讯帝国的基石，用户体验至上。淘宝生态圈的维系，让交易更容易。没有好的用户体验，就失去一切。 ● 定律三：互动——电子商务时代，品牌与消费之间、消费者与消费者之间
<p>微营销的 4 大模式</p>	<p>移动互联网正处于高速发展期，在这个阶段，重要的是建立较为完整的营销体系，而不是短期的销售与利润。抓住发展的机遇，就是抓住了电商的未来</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 第一代微营销——建圈子卖货 ● 第二代微营销——在平台上卖货 ● 第三代微营销——自建平台建圈子 ● 第四代微营销——整合资源，微营销价值链 ● 四代微营销即将爆发，你能抓住这次机会吗？

<p>淘宝的陷阱：</p> <p>流量的价值</p>	<p>淘宝卖家中能够盈利的不到 20%，京东商城能够盈利的卖家也达不到一半。是产品不够优质吗？是价格不够低吗？，为什么电商总是不能盈利？</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 平台型电商盈利模式分析 ● 生产型、品牌型企业电子商务做什么最重要？
<p>微营销实操一：</p> <p>运营</p>	<p>移动电商已经成为一个主流的电子商务模式，如何把握高速发展的移动电商机会</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 微营销——基于圈子的营销模式。 ● 微营销——品牌引导下的圈子互动 ● 微营销——移动电商平台如何建立 ● 微营销——不同产品、服务的微营销架构模式 ● 微营销——企业做微营销的 2 大关键要素
<p>微营销实操二：</p> <p>互动</p>	<p>网络最大的特点双向沟通，而不是传统推广的单向传递信息，如何利用这个特点做好推广，是互联网精髓所在</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 如何建立品牌与网民的互动 ● 品牌如何引导网民之间的互动 ● 让你的产品搜出来——搜索优化与搜索竞价策略

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">● 没有广告，只有事件——互联网话题创造 |
|--|--|