

# 移动互联与圈层营销

## 适合对象：

企业中高层管理人员、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. 微营销与圈层营销的结合
3. 如何建立企业微营销体系

## 培训时间：

1天

## 培训讲师：

### 陈旻

中国第二代品牌营销专家

中国第一代网络营销专家



经历了网络广告时代、论坛营销时代、搜索营销时代、电商平台营销时代。现在，走在微营销时代的前端。

致力于打造最适合国内企业的“中国式网络营销”！

工商管理硕士，现任中国品牌研究中心专家组

成员，澳中教育交流协会营销专业首席专家。多个消费品品牌操盘手。

现任北京准达咨询策划总监、网络营销架构师，并担任山东奥星集团、陕西西凤集团、河南矛盾集团、金星啤酒、山东金正大集团、板城烧锅酒、鲁花集团等十余家企业的品牌与营销顾问。

## 课程大纲：

主题	培训内容
什么是微营销	<p>微营销是一个大的概念，要做好微营销就必须了解和微营销相关的网络规律和网民特点。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 微营销——如何实现面沟通向点沟通的转变</li><li>● 微营销——如何实现互动式营销</li><li>● 微营销——微平台建设与微渠道建设</li></ul>
微营销能做什么？	<p>如果将微营销简单理解为移动电子商务，那就太小看微营销了。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 微营销——如何零成本建立粉丝群体</li><li>● 微营销——品牌与微网民互动。</li><li>● 微营销——品牌引导下的微网民之间的互动</li></ul>
圈层营销操作要点	<p>建立圈子是基础，圈子互动是提高，引导圈子的互动才是真正的圈层营销。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌定位于圈层选择</li> <li>● 如何建立和企业品牌相匹配的圈子</li> <li>● 如何引导圈层的互动</li> <li>● 融入圈子，用圈内的语言与圈子沟通。</li> </ul>
<p><b>移动电商客户关系维护：粘性与网民互动</b></p>	<p>移动互联网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，是移动电商成功与否的核心。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 基础互动——建立品牌与网民的互动</li> <li>● 高级互动——品牌引导下的网民之间的互动</li> <li>● 推送——圈层营销最失败的手段</li> </ul> <p>随着电商的发展，企业在网络上的竞争也越发激烈，开发一个新的网络顾客的成本比 10 年前高了不止 10 倍，维护好现有客户就成了企业节约成本的必要工作</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 什么是顾客粘性</li> <li>● 即将得到的利益：最好的消费者粘合剂</li> <li>● 组团获利：让消费者成为消费者的粘合剂</li> <li>● 建立顾客粘性的 4 种基本方法</li> </ul>

<p><b>抓住未来：</b></p> <p><b>微营销发展趋势</b></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"> <li>● 第一代微营销——建圈子卖货</li> <li>● 第二代微营销——在平台上卖货</li> <li>● 第三代微营销——自建平台建圈子</li> <li>● 第四代微营销——整合资源，微营销价值链</li> <li>● 四代微营销即将爆发，你能抓住这次机会吗？</li> </ul>
---	---

### 授课风格：

实战实效，现场互动，关联案例剖析，课堂解决现实难题

### 专家观点：

——助你赢得下一场战斗的，才是真正的英雄。

——适合的，才是最好的！

### 客户评价：

1、陈老师的课很好，解决了很多我平时经常遇到，但是不知道怎么解决的问题。  
—— 西凤集团 田崇军

2、陈老师的培训课程对品牌的推广揭示了一些具体可行的方法，容易理解，

谢谢！ —— 山东健元集团总经理 姜元义

3、陈老师的品牌课讲得很不错，一听就知道是实战派的企业实用课程。

—— 河北今中道集团总经理 冯占峰

4、很有收获，针对性很强。通过陈老师的课，我们学到了很多实用的营销方

法。 —— 宁夏红集团 高涛