

社会化整合营销之精准营销	
主题	社会化整合营销
社会化营销 案例分享	课程重点：网络营销核武器：社会化营销
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 从小米看社会化推广的策略 微博营销+论坛营销+事件营销+饥饿营销 ➢ 从微信红包看微营销的力量 ➢ 供参考成功案例 南方航空微信直机 小米为什么推出“红米” 比亚迪汽车微信营销案例 ➢ 可供思考的案例 春秋航空微博选坐 中国电信 5.17 的微博营销
社会化营销 之 SEO	课程重点：搜索引擎优化 SEO
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 搜索引擎优化原理 ➢ 站内优化 ➢ 站外优化
微营销	课程重点：社会化媒体的应用
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 微营销（信息 X 关系链 X 流动） 信息：承载的是感情、不同的人群对信息的需求不同、病毒性传播 关系链：每个账号都有它背后的关系网、如何结网 流动：让信息变轻、愿意分享 微博 微博营销的特点与定位、营销注意事项 微信 三大工具：朋友圈、微信群、公众平台 四大作用：增加新客户、提高转化率、优化客户服务、提高忠诚度 打造传播铁三角 企业网站，官方微博，微信公众账号，如何打造传播铁三角
移动时代的 营销大变局	➢ 课程重点：社会化营销实战思考
	<ul style="list-style-type: none"> 营销不得不变 社会化营销的核心价值 想在开展社会化营销之前 品牌社会化营销如何细分 社交网络传播：创意与体系谁更重要 社交电商的发展方向
SCRM 之 精准营销	➢ 课程重点：SCRM 之精准运营
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ SCRM SCRM 的核心价值

	<p>想在开展 SCRM 之前</p> <p>品牌社会化营销如何细分</p> <p>社交网络传播：创意与体系谁更重要</p> <p>社交电商的发展方向</p> <p>➤ 免费与众包</p> <p>以免费争取用户，以服务 and 特权创造收入</p> <p>激发用户创造，客户生产内容 (UGC)</p> <p>➤ KOL 传播模式</p> <p>➤ C-B 客户定制产品</p>
--	--