
《新媒体传播与网络营销》

【课程收益】

- 1、了解社会化媒体环境下的微传播
- 2、掌握新媒体的创意与策划方法

【课程大纲】

第一讲、营销篇:越湿越营销（社会化媒体环境下的微传播）

一、中国互联网和社会化媒体

- 1、中国互联网经济规模
- 2、热门网络应用
- 3、社区和 SNS 概念讨论
- 4、社会化媒体的未来走势
- 5、下一个互联网明星是谁？

二、越湿越营销

- 1、网络营销的发展趋势
- 2、新媒体与媒体的新机会
- 3、社区平台基本商业模式分析
- 4、将社区影响力转化为广告主价值
- 5、B-C-C 传播模型
- 6、传染力和爆发力
- 7、湿环境带来湿营销

三、湿营销技巧

-
- 1、利用内容&利用行为
 - 2、用户参与传播
 - 3、群体的传播特征
 - 4、社区人群的“二八”原则
 - 5、大整合传播策略
 - 6、门户+社区=大曝光+口碑互动
 - 7、搜索+社区=精准+口碑互动
 - 8、传统媒体+社区=多媒体互补互动
 - 9、案例解剖：如何构建社区生态

四、进入营销 3.0 时代

- 1、什么是传播 3.0 时代？
- 2、社会化媒体时代营销的三大秘诀
- 3、传播 3.0 时代模型
- 4、传播 3.0 案例：苹果

第二讲、新媒体篇：(新媒体的创意与策划)

一、不能说的秘密

- 1、新媒体是什么？
- 2、新媒体=互联网？
- 3、新媒体=病毒营销？
- 4、新媒体=WEB2.0？
- 5、新媒体=微博？

二、新媒体的核心——新媒体的四大境界

- 1、浮云
- 2、你懂的
- 3、这货不是……
- 4、给力

三、新媒体创意法则——三字经

- 1、术、心、法
- 2、实战练习
- 3、新媒体的传播利器（微博的创新应用）

四、新聚合、新探索，企业微博管理及营销的务实探讨

- 1、什么是微博，微博能干什么？
- 2、微博的新布局
- 3、当前企业微博存在的问题

五、问题核心——微博的3个社会化要素（信息、用户、关系）等

- 1、社会化媒体
- 2、社交属性是未来产品的基础支撑
- 3、传播周期、媒体消费、营销方式
- 5、微博营销的五大步骤