

客户经理如何借助微信开拓、维护客户

课程收益：

通过本课程的学习，培育一批真正掌握微信营销及市场推广的知识，并在实践中善于创造性地把新媒体营销的知识用于具体操作的实务人才；

经过学习的学员既能掌握微信营销的思考方法与工具，又能把微信营销、市场推广落实到企业的具体工作中。确保企业的资源得到最充分的利用，既促进销售的短暂增长又能打造强势新媒体品牌；

全面深刻了解微信营销产业链及相关的内容，能够建立科学高效的新媒体营销创新及应用流程，有效传达到位并推动实施。

微信开启新营销

第 1 节 新媒体，新营销环境

更值得信赖的一对一沟通方式

抓住移动互联网的新媒体机会

第 2 节 传统媒体的“营销之困”

电视媒体的影响力正在下滑

纸媒的地位遭到巨大挑战

传统互联网营销遭遇高成本困境

第 3 节 微信：企业 App 营销的一把双刃剑

企业开发 App 的高成本

微信公众平台冲击传统 App 领域

第 4 节 微信营销：一场新的营销革命

未来的互联网时代是移动互联网的时代

微营销执行方法

微营销策划的指导方针

新媒体环境下如何创造口碑传播？

营销中如何在互联网上讲好故事？

案例：解读网络营销方法体系

研讨：我们如何更好地使用新媒体

与业务结合的案例实战

如何获得新客户？

新营销策划的指导方针

微信公众平台如何运营

微信营销必须玩转公众账号

第 1 节 微信公众平台的基本使用

微信公众平台简介

微信公众平台注册

微信公众平台功能介绍及使用技巧

第 2 节 关于微信公众平台的实名制与认证

第 3 节 微信公众平台营销的秘密

微信公众平台营销的基础注意事项

嵌入式的营销客服方式和普通账号配合

微信营销的五大基础支点

微信内容运营

企业微信规划内容策略：不同的企业，不同的内容

企业微信内容栏目设置

【案例解析 9】 影视类微信内容栏目设置

企业微信内容的 12 大来源

把握企业微信内容推送时间的 4 大技巧

内容写作技巧：吸引人的秘方

给企业微信内容取个好标题的 10 个妙招

企业微信内容写作的 7 个要点

微信粉丝运营

第1节 微信粉丝才是真正的威力无边

微信用户的真实性

微信公众账号粉丝的可控性

第2节 获取粉丝的五大法宝

好记、好看、好输入的账号域名

好看的二维码

线下整合：能放的地方都放

线上整合：别迷信导航网

活动策划，永远的活动策划

第3节 如何增加粉丝活跃度

提供的功能要符合用户需求

策划活动和话题，与粉丝互动

第4节 充分挖掘粉丝的价值

粉丝爆发三要素

维护老客户，升级感情

粉丝指导企业战略

微信活动策划运营

解析微信摇一摇、漂流瓶、查找附近的人、微信群等功能营销；

二维码微信营销技巧；

微信六步营销思维；

微信营销模式及案例分析；

微信营销案例：

招商银行微信查余额：时代感、功能性、品牌化集于一体

招商银行微信营销解析

具体实施过程，分析与总结

逗趣陪聊微信营销：杜蕾斯

电商微信营销：真购网与天猫

酒店微信营销：布丁酒店

微信营销推广评估及团队建设

微信营销效果如何测评

成功的微信营销团队构成，如何考核 KPI ,ROI

微信供应商，服务市场行情

业务推广新模式的挑战和机遇