

# 社群营销

## 【课程背景】

社群媒体已经悄无声息地颠覆了现代经济的运作模式，它来势汹涌，势不可挡，带着巨大的商机，以及潜藏的陷阱。在这个社群新经济时代，我们每位一线服务营销人员都得找到与消费者连接的便捷的路径，善于经营社群。

课程从传统营销、互联网、构建社群到各个社群营销平台。尤其是对微信、微博、社区、网络论坛、QQ等营销平台进行了详细地论述，通过理论结合实操的形式，向学员展示了如何进行社群营销。

## 【课程对象】

客服、客户经理、营业员、各渠道营销策划人员

## 【课程时间】

2天（12小时）

## 【课程人数】

40人左右

## 【课程大纲】

### 一、互联时+社群时代客户维系与营销思路

- 新时期客户行为的变化
- AIDMA 到 AISAS 的转变。
- 互联网+思维的核心
- 互联网思维的三个特征
- 三点式思维

## 二、社群的价值

- 社群的客户维系价值
- 社群的客户营销的价值
- 社群个人品牌输出
- 社群企业品牌宣传
- 社群是如何刺激产品销售
- 如何用社群维护客户关系
- 社群连接线上线下

## 三、社群营销的七大步骤

### 1、社群客户的来源：引流

- 形象优化的 9 个要点提升好感
  - ◇ 微信号昵称取名技巧

- ◇ 与众不同的头像
- ◇ 印象深刻的个性签名
- ◇ 朋友圈封面设置
- ◇ 二维码展示功能打造良好的形象
- ◇ 打造个人品牌
- ◇ 用故事展现理念
- ◇ 给自己增加标签

互动练习：一起修改找茬

- 导入通讯录好友，
  - ◇ 批量添加的引流技巧
- 扫二维码加好友
  - ◇ 简单高效的引流技巧
- 多社交平台引流
  - ◇ 汇聚一堂
- 软文推广，借载体四处扩散
- 线下引流
- 公众平台引流

- 有奖活动，简单粗暴有疗效

互动练习：引流技巧你用了多少个？

## 2、构建社群

- 找同好——找到成立社群的内核
- 结构——无规矩则不成方圆
- 运营——让社群生态变得丰富
- 输出——形成社群的对外品牌
- 复制——裂变分化出社群规模

互动练习：按要求发组建一个社群

## 3、物以类聚人以群分：社群维系与营销

- 保持微信社群的活跃度
- 社群分享技巧分享
- 社群讨论
- 社群打卡
- 擅用红包
- 福利分发技巧

- 表情包制作
- 如何建立强关系
- 线下交流，客户俱乐部

现场演练：学员学会微信建群的方法

落地文案设计：社群维系的文案编写

#### **4、培育，建立信任**

- 客户信任关系建立的七大技巧
  - ◇ 关怀式
  - ◇ 幽默式
  - ◇ 服务式
  - ◇ 热点式
  - ◇ 原创式
  - ◇ 分享式
  - ◇ 精准式
  - ◇ 活动式

现场演练：学员学会 3 种以上的信任建立方法

落地文案设计：7 种促成的文案编写

## 5、社群成交技巧

- 人性需求与促成
- 人性的两大需求
- 人性需求对促成的价值分析
- 促成的五大技巧
  - ◇ 直接促成法
  - ◇ 危机促成法
  - ◇ 零成本促成
  - ◇ 体验促成法
  - ◇ 客户见证法

现场演练：学员学会 3 种以上的促成方法

落地文案设计：6 种促成的文案编写

## 6、存量客户的二次销售：社群追销

- 制造紧缺效应
- 给客户更多选择
- 激发客户的购买欲

- 消除客户的顾虑
- 应对客户的拒绝
- 追销的实战技巧
  - ◇ 折扣
  - ◇ 赠品
  - ◇ 限时抢购
  - ◇ 集赞
  - ◇ 节日促销
  - ◇ 转发得奖品
  - ◇ 定价追销
  - ◇ 回报追销
  - ◇ 奖励追销
  - ◇ 限定式追销

现场演练：学员学会 5 种以上的追销技巧方法

落地文案设计：5 种促成的文案编写

## 7、社群裂变

- 文案标题党的裂变玩法

- 打造裂变形式
- 口碑呈现
- 图文并茂
- 巧妙抛出鱼饵
- 晒单吸引眼球
- 打破常规思维
- 抓住好友心理
- 神秘面纱
- 倾听用户心声

以上内容将根据企业具体产品，量身定制，均有落地实战维系营销方法与文案。

