

新 5C 法则引爆内容营销

课程重点：互联网趋势及商业机会

- 互联网的前世今生
- 互联网的三种商业模式
- 网络营销对传统行业的影响的深度解析
- 深度解读电商发展
- 社会化时代的来临
- 大数据时代的来临

课程重点：引爆内容营销的新“5C 法则”

- 什么是新 5C 法则
- Consumer：用户定位，体验感和参与度
- Context：场景能让营销信息更有效地深入人心
- Community：深入目标客户的社群
- Content：内容是一切营销传播的本质
- Connection：引爆社群传播链条

课程重点：用户定位，体验感和参与度

- 新定位：小而美
- 社会化个体：个性化，社群化
- 用户体验：使用情景与动作分解
- 让客户尖叫：海底捞如何做到
- 归属感：用户高度参与产生亲友团

课程重点：如何实现场景化营销

- 什么是营销中的场景
- 如何创建场景
- 从热点事件寻找场景
- 日常场景中的机会
- 时间上的场景
- 地点上的场景
- 情绪也是一种场景
- 在场景中洞察消费者的购买时机

课程重点：从粉丝思维转向社群思维

- 什么是社群
- 如何解构社群
- 社群中的角色配合
- 如何进行社群分类
- 如何构建目标客户社群
- 社群运营的 8 个策略
- 如何引爆目标社群
- 如何运营社群品牌

课程重点：内容制造与传播

- 如何制造内容病毒
- 内容要可发酵
- 内容要可连续
- 策划中四标准
 - 标题为王——账号名与文章标题名的策划
 - 内容为王——优秀文案的标准
 - 体验为王——可以创造良好的体验
 - 价值为王——创造独特的价值
- 内容创造十招：
 - 借时势、借数字、讲故事、借权威、挖感情
 - 造矛盾、找热门，多形式，做直播，做众包
- 如何让目标用户生产内容

课程重点：引爆内容营销的传播关系

- 大众传播渠道与人际传播渠道
- 引爆流行的核心是撬动中心节点
- 引爆流行需构建节点
- 激发和保护传播的动力
- 寻找已经在讨论的参与者
- 引爆新用户的秘密-裂变
- 设置病毒流行机制
- 引爆社群背后的社会动力