

---

# 社群营销实战

## 一、微信群的运营方法

### 1、如何做好微信公开课

- ◆ 微信群的用户运营
- ◆ 微信群的三大杀手

### 2、社群的活动运营

- ◆ 活动目的
- ◆ 活动主题
- ◆ 活动规则
- ◆ 活动话题
- ◆ 活动奖品
- ◆ 活动预算
- ◆ 活动时间
- ◆ 活动注意事项
- ◆ 活动传播
- ◆ 活动的数据跟踪

## 二、社群粉丝的运营

### 1、IP 的价值

### 2、社群的品牌定位

### 3、社群的品牌扩散

- A、粉丝的用户画像的建立
- B、粉丝需求的挖掘 6 大方法
- C、粉丝的运营体系的搭建

### 4、用户的口碑的营销

- A、百度问答的营销
- B、社区的营销（不含知乎营销）

### 5、社群的推广

- A. 社群的微博推广
- B. 社群的邮件推广
- C. 社群的社区内推广
- D. 社群的线上线下活动推广

## 三、社群的粉丝自发组织体系

- A、种子用户的获取
- B、种子用户的筛选条件
- C、100-1000 个用户的扩散
- D、指数型增长架构
- E、Airbnb 是如何获取最初那个 100 个种子用户的
- F、逻辑思维的粉丝自发组织体系

## 四、互联网品牌运营的文案技巧

- 1、内容运营的准则
- 2、文案的市场调研

---

### 3、常用的六种文案的写作技巧

- A. 知识型内容的抒写
- B. 见多识广的内容
- C. 消息灵通型内容
- D. 恐慌型内容
- E. 简单实用型内容
- F. 感人故事型内容

### 4、文案的优化工具的使用

## 五、用户行为数据分析与产品优化

### 1、 用户分类

#### A、用户分析集中的三个方面

- ◆ 用户统计监控
- ◆ 用户定向营销
- ◆ 用户调研

#### B、互联网思维——用户为中心

- ◆ 顾客-用户
- ◆ 顾客为中心-用户为中心
- ◆ 顾客至上-用户体验至上

#### C、用户分析的指标

- ◆ 访问用户数
- ◆ 新用户数
- ◆ 活跃用户数
- ◆ 流失用户数
- ◆ 新老用户
- ◆ 新活跃用户和流失用户

#### D、用户分析常用的数据统计工具

- ◆ 百度统计
- ◆ GA 分析
- ◆ 友盟统计
- ◆ 金数据
- ◆ 腾讯统计

### 2、 用户行为分析

#### A. 每个用户行为分析的价值

- ◆ 用户行为分析的指标
- ◆ 用户行为分析注意点
- ◆ 用户行为分析方法-RFM 模型

#### B、基于用户行为指标的用户分布

- ◆ 谷歌分析中用户访问频率分布图
- ◆ 客单价用户分布图
- ◆ 访问间隔天数用户分布图
- ◆ 消费次数用户分布排列图
- ◆ 平均访问时长和页面数用户分布图

#### A、基于用户细分的用户行为分析

- 
- ◆ 流失用户的留存用户的数据分析
  - ◆ 用户流失预警系统
  - ◆ 新老用户细分比较
  - ◆ 用户的二次购买的细分分析
  - ◆ GA 的基于内容细分的新老用户比较

### 3、 用户忠诚度分析

#### A、 基于用户行为的忠诚度分析

- ◆ 用户访问频率
- ◆ 最近访问间隔时间
- ◆ 平均停留时长
- ◆ 平均浏览页面数

#### B、 用户忠诚度指标评分表

#### C、 用户忠诚度雷达图

#### D、 基于用户行为的综合评分

- ◆ AHP 用户分析法
- ◆ 用户购买相关的 5 个参考指标
- ◆ 用户价值雷达图
- ◆ 用户综合价值评分公式

#### E、 用户的生命周期价值

- ◆ 用户生命周期价值的概念
- ◆ 用户生命周期价值的划分
- ◆ 细分渠道用户生命周期价值分析
- ◆ 按照商品类目分析的用户生命周期价值

### 课程总结