

---

# 新媒体应用软件的使用与新媒体运营

## 一、 课程背景

中国是世界上使用社交媒体比例最高的国家，平均每人每天有 5.8 小时的时间上网。在以前，大众得知信息来源于电视、报纸、杂志和广播，而今天大众更多的是通过微博、微信、QQ、论坛等社交软件获得信息。截止今年第一季度末，新浪微博月活跃用户达到 2.6 亿，微信每月活跃用户已达到 5.49 亿。微博、微信成为碎片时间的最佳运用工具。针对社会化的新媒体的运营成为，企业和社会组织在营销和运营过程中必须具备的一种能力。

本课程通过讲师讲解、案例分析、小组讨论、学员练习等授课方式，给你带来全新的思维视角，让深陷项目困扰的你蓦然回首、茅塞顿开。整个课程通过新媒体的常用工具的使用，强调如何把工具和新媒体运营的技巧应用到实际的项目中去，去解决新媒体和企业营销过程中经常出现的没有粉丝，用户定位不清晰，没有转化率等具体问题。从而全面快速提升新媒体运营人员和市场人员的新媒体运营能力和营销能力。

课程将通过大量的案例分析，介绍新媒体的发展趋势，场景工具的使用，以及如何做微博、微信运营的具体工作，使学员在较为全面的构建新媒体发展和运营的整体思路，熟练掌握各项新媒体运营工具的同时，重点学习微博、微信、知乎等新媒体的运营推广方法并且了解并练习其中常用的新媒体运营的技巧，使之在工作中得以有效运用。

## 二、 课程特点

授课形式：理论讲解+案例分析+案例实战+互动答疑

突出理论特点，注重知识理解、案例分析与实战体验，其中理论讲解 50%，案例分析 25%，实战体验 20%，互动答疑 5%。

## 三、 课程收益

1. 掌握新媒体和互联网内容行业的发展趋势、总体框架和思维方式。
2. 具备新媒体运营的全局观，加强运营管理的意识，提高文案、推广上的执行力。
3. 详细了解新媒体运营的全过程，全面掌握新媒体运营的方法、工具。
4. 分析新媒体行业特点，找准企业的新媒体定位。+
5. 建立起企业产品的新媒体推广计划和营销战略、策略。

## 四、 课程模式

1. 中文教学、面授
2. 分组互动
3. 实战体验
4. 课堂练习、互动式答疑

## 五、 受众对象

- 
1. 微博运营专员、微信运营成员、企业网络营销人员
  2. 高层经理、与市场、运营相关的职能部门人员
  3. 企业市场总监、运营总监、内容负责人等
  4. 希望提升自身职业能力的人员、其他对企业内容管理，新媒体感兴趣的人员

## 六、 时间安排

系统学习 2 天（12 小时）

## 七、 课程过程中的实战演练

1. 案例实战：微信公众号的市场调研分析
2. 案例实战：写一篇符合调性的微信文案
3. 案例实战：编辑一条微博
4. 案例实战：编写企业的新媒体营销方案

## 八、 课程内容

### 第一单元 新媒体和新媒体的基本特征

1. 新媒体的基本概念
2. 新媒体的五大发展现状
  - ◆ 碎片化
  - ◆ 全媒体时代
  - ◆ 垂直细分受众
  - ◆ 新媒体的并购潮
  - ◆ 自媒体化
3. 新媒体的商业模式
  - ◆ 新媒体的典型商业模式
  - ◆ 新媒体创业受投资人青睐的原因
4. 新媒体的变现
  - ◆ 新媒体与电商的变现
  - ◆ 新媒体的场景需求的延伸
  - ◆ 新媒体变现与广告
5. 新媒体的发展趋势-内容创业的时代
  - ◆ 网红经济产生的原因和趋势
  - ◆ 头部内容的核心价值
  - ◆ IP 分散化

### 第二单元 企业新媒体营销策划

1. 借势营销
  - ◆ 企业营销策划制作
  - ◆ 借势营销案例
2. 如何制作一个成功的新媒体策划案

- 
- ◆ 常规营销热点有哪些
  - ◆ 如何制作企业营销策划案
  - ◆ 案例练习：抒写某超市的营销策划案

### 第三单元 新媒体运营工具的应用

1. 常见的运营工具
2. H5 企业营销活动制作工具
  - ◆ 易企秀的应用解析
  - ◆ 实战练习：制作企业营销活动 H5
  - ◆ 效果评估
3. 排版工具
4. 企业海报制作工具
5. 数据分析工具
6. 图片制作工具
  - ◆ 图像修改
  - ◆ 色彩调整
  - ◆ 自由变换
  - ◆ 抠图应用

### 第四单元 新媒体运营-微信运营

1. 微信公众号的营销与定位
  - ◆ 微信公众账号的价值
  - ◆ 了解用户基本情况确定内容
  - ◆ 微信公众平台实操
  - ◆ 微信公众平台的调研
  - ◆ 实操案例：微信公众号的调研报告
2. 如何制作一篇好的文案
  - ◆ 什么样的内容容易获得转发
  - ◆ “主题为王”
  - ◆ 引起愤怒或者恐慌的内容
  - ◆ 消息灵通或者见多识广的内容
  - ◆ 有价值的故事的内容
  - ◆ 简单实用的内容
3. 微信公众号的运营方法
  - ◆ 增加微信公众号的粘性
  - ◆ 用微信促成消费转化
  - ◆ 用户运营
  - ◆ 从众
  - ◆ 互动
  - ◆ 数据运营
  - ◆ 品牌运营

- 
4. 微信公众号的推广方
    - ◆ 微博大号的推广
    - ◆ QQ 群的推广
    - ◆ QQ 邮件的推广
    - ◆ 导航网站
    - ◆ 知乎推广
    - ◆ 线下活动的推广
    - ◆ 线上的展示
  5. 微信群的运营方法
    - ◆ 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
    - ◆ 多平台推广
  6. 小程序介绍
    - ◆ 小程序的简介
    - ◆ 小程序的发展趋势
  7. 如何玩转朋友圈营销
    - ◆ 朋友圈的特性
    - ◆ 什么内容在朋友圈受欢迎
    - ◆ 朋友圈的转化率
    - ◆ 如何玩转朋友圈营销
  8. 企业微信营销战略
    - ◆ 微信电商系统、O2O 系统、客服系统、自推广系统搭建介绍
    - ◆ 微信公众帐号定位、策划、运营、转化四大模块系统解析
    - ◆ 微信个人帐号、公众帐号营销辅助手段介绍

## 第五单元 新媒体运营-知乎运营

1. 认识知乎营销
  - ◆ 知乎营销步骤
  - ◆ 知乎营销内容
  - ◆ 知乎营销适合推广的产品
  - ◆ 知乎营销的人群
  - ◆ 知乎营销的作用
2. 回答问题前的准备
  - ◆ 账号的设置
  - ◆ 快速找到精准话题
3. 在知乎回答问题的方法
  - ◆ 让回答更受欢迎的准备
  - ◆ 盘点型回答技巧
  - ◆ 分享型回答技巧
  - ◆ 讲故事回答技巧
  - ◆ 如何自问自答
  - ◆ 知乎互动小技巧

---

## 第六单元 新媒体运营-微博运营

1. 微博简介
  - ◆ 微博定位
  - ◆ 目标人群
  - ◆ 目的
  - ◆ 微博的风格设置
  - ◆ 微博案例
2. 微博内容运营
  - ◆ 微博内容调性
  - ◆ 微博内容的设置
3. 微博粉丝运营
  - ◆ 如何买粉丝
  - ◆ 微博粉丝工具
  - ◆ 微博活动策划
4. 微博活动运营
  - ◆ 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
5. 微博运营的 KPI 设计

## 第七单元 企业社会化媒体营销全案

1. 微信营销策划方案
2. 微博营销策划方案
3. 新媒体营销-口碑营销，
  - ◆ 百度知道
  - ◆ 问答营销
  - ◆ 百度贴吧
4. 企业新媒体营销全案

## 课程总结