

---

# 新媒体时代的品牌宣传

## 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 1.5 天 (9 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

---

# 新媒体时代的品牌宣传

## 第一单元 企业品牌新媒体营销策划

### 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

## 第二单元 新媒体品牌内容的制作

### 1. 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

### 2. 如何制作企业品牌活动 H5 和图片

- ◆ 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
- ◆ 排版工具
- ◆ 企业海报制作工具

### 3. 企业品牌宣传视频的新媒体传播

- ◆ Airbnb 的品牌视频传播案例
- ◆ 耐克的品牌传播案例
- ◆ 杜蕾斯的新媒体品牌传播案例

## 第三单元 品牌传播渠道-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. **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
  3. **微信公众号的推广方法**
    - ◆ 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
    - ◆ 线上的展示
  4. **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
  5. **小程序介绍**
    - ◆ 小程序的简介
    - ◆ 小程序的发展趋势
    - ◆ 朋友圈的转化率
    - ◆ 如何玩转朋友圈营销
  6. **微信品牌广告宣传**
    - ◆ 腾讯社交广告操作流程
    - ◆ 微信公众号品牌广告推广
    - ◆ 微信朋友圈广告品牌推广
    - ◆ 理财通品牌推广案例

## 第四单元 品牌传播渠道-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-周小帅私房菜
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. 微博运营的 KPI 设计

## 第五单元 新媒体品牌活动策划

### 1. 微博\微信品牌活动运营

- ◆ 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

### 2. 线下品牌活动与新媒体的结合

- ◆ 活动素材获取
- ◆ 活动人群
- ◆ 活动的传播渠道

## 第六单元 新媒体与品牌运营的结合

### 1. 微信公众号内容与品牌定位

- ◆ 微信与品牌内容的选取
- ◆ 品牌在内容中的巧妙植入
- ◆ 品牌的人群画像分层运营

### 2. 营造稀缺性

- ◆ 品牌会员的分层-权益的稀缺性
- ◆ 产品的稀缺性

### 3. 打造 IP

- ◆ IP 的概念和价值
- ◆ IP 运营的案例解读-如函、逻辑思维
- ◆ IP 粉丝运营
- ◆ IP 内容延展
- ◆ IP 的强势推广
- ◆ IP 内容的植入
- ◆ IP 产品的授权

## 第七单元 品牌营销-社会化媒体

### 1. 微信营销策划方案

- 
2. 微博营销策划方案
  3. 新媒体品牌营销-口碑营销
    - ◆ 百度知道
    - ◆ 问答营销
  4. 企业新媒体品牌营销全案

## 课程总结