

互联网平台营销与团队管理实战

一、课程背景：

企业在进行互联网触网时，面临着各种各样的困境，其中懂平台，有技能的人才严重短缺。

二、课程目标：

- 1、解决互联网运营中的 3 大方向难题；
- 2、掌握互联网平台的运营流程、方法、策略；
- 3、掌握平台运营中模式、品牌、运营、推广 4 个难题的突围；
- 4、解决产品转化中的精准度、诱饵、搭配、客服、口碑等难题；

三、**针对对象**：企业中高层管理者、企业互联网运营部门人员、创业人士
中小企业主

四、培训时间：2 天

五、授课方式：

- 1、知识呈现案例化：用大量的案例引出关键知识点；

- 2、知识掌握小组讨论、小组演练化；
- 3、知识框架模式化：易掌握、易记忆、易实施；

六、课程大纲：

一) 模式研判

- 1、百度、美团、饿了么等各个平台的运营特点及优劣；
- 2、未来的客户迁移特点；
- 3、网民权威数据道出得互联网平台的趋势与走向

二) 运营突围

- 1、互联网平台模式突围之道：土豪模式 VS 屌丝模式
- 2、互联网的品牌运营突围之道：规模制胜 VS 小而美
- 3、互联网商家的运营突围之道：技术流 VS 价值体验目
- 4、互联网平台的推广突围之道：爆款 VS 核心价值链

三) 修炼平台内功

- 1、快消品互联网平台内功修炼的 6 个维度：定位、卖点、描述等；

- 2、 市场空间寻找与定位
- 3、 产品卖点提炼的 6 大逻辑 24 个方法；
- 4、 做好产品描述的 10 度模型；
- 5、 优秀产品图片的 4 大标准；
- 6、 打造产品详情页的 10 个法则

研讨：给一个产品，将这款产品的卖点、描述、图片设计方案、详情页的布局策划出来。

四) 引流拉新策略

- 1、 互联网平台流量全景图与全网营销策略；
- 2、 互联网平台站外引流的方法与策略；
- 3、 互联网平台站内免费引流的方法与策略；

研讨：请用思维导图软件，将一款产品的流量导入图绘制出来

五) 提升转化留存

- 1、 到有鱼的地方钓鱼；
- 2、 打造爆款，建立合理的产品结构；
- 3、 让关联产品如愿成交的四个关键；

4、临门一脚，让市场发力的6个要点；

思考：以下3种产品的“鱼”在什么地方，如何建立他们的关联产品。

挽留客户

1、提升客户留存率的6大意义；

2、如何利用鱼塘理论留客；

3、如何维护客户情感，增加客户留存率；

请选择一款你最熟悉的产品，并构建出它的鱼塘，写出提高这款产品客户留存率的步骤。

六) 阿里的铁军团队管理模式

一、铁军销售团队的组建

1、怎样筛选合适的销售人员

2、销售人员胜任度的360°评估

3、锤炼销售铁军军魂的3大文化氛围法宝

4、选拔什么样的人才带领销售团队

5、储备和锻造骨干是团队持续成长的保障

二、打造和训练一支有战斗力的团队

1、行动力的根源

2、除奖金外的激励措施

3、销售团队的激励竞赛

——如何保持团队的优胜劣汰

——设定业务竞赛的 3 大策略

4、新老业务人员的 3 种训练法

5、如何营造团队士气的辅助活动

a) 增加团队间的 7 大沟通策略

b) 组织沟通氛围的建立

6、业务团队内部激励案例分享

三、挖掘销售线索阶段的 6 个工作

1、优质客户的属性

2、如何寻找优质客户

3、计算需要的销售线索数量

4、评估挖掘销售线索的方法

5、选择最佳挖掘销售线索方法并制定计划

6、分配销售线索给适当的销售员

四、销售主管把握销售商机的 7 件事

1、收集客户全貌信息

2、分析客户的 SWOT

3、预测客户潜在需求

4、有计划的拜访客户

5、了解客户现状,发现客户困难,分析影响客户

6、说服客户对我们的产品/服务/经验感兴趣

7、引导客户承诺立项

五、要结果，更要抓过程

1、目标管理的目的，目标管理常用图示

2、绩效管理黄金法则

3、善于发现业务过程中的关键问题——修路管理

4、掌握业务困惑的原因

- 5、业务干部如何业务解惑的方法
- 6、目标管理干部 3 要诀
- 7、处理并减少工作中的“救火”现象
- 8、实施进度监督、成果评估

六、业务团队中的纠偏管理

1. 没有全局的观念
2. 太计较个人得失
3. 说上司、公司坏话
4. 没有先当好下属的心态
5. 没有谦虚的心态
6. 轻易承诺
7. 随便出让权利
8. 不愿承担责任
9. 对下属踢皮球

10. 任自己下属对其他部门怀恨在心