

互联网+微信与自媒体营销实战系统

课程背景：

2019年春节，今日头条发了10亿的红包，再配合抖音的5个亿，拼多多2个亿，多闪一个亿。它一个平台上的春节广告超过了阿里巴巴支付宝+百度+腾讯三家的总和。

传统互联网巨头BAT统治的江湖真TMD（头条、美团、滴滴）要变天了吗？

微信从2011年1月21日推出，到今天九年的时间，用户数突破了九亿，估值近万亿。

你是微信的用户，你可以免费使用它，不绑定银行卡，不在上面发一个红包，也不用微信购买任何商品，你却为微信贡献了超过1000元的估值。

东半球有微信，西半球有Facebook，以微信为首的移动科技对美国的移动互联网。曾经中国一度是美国互联网的跟随者，学习模仿者。

时至今日，世界悄然发现，中国的移动互联网技术在很多方面开始领先全球

中国的移动互联网，在硬件，软件和应用层面开始试探进入无人区，比如移动支付的使用人数，应用场景的广泛，人脸识别技术的运用，中国天网的建设，5G等等

新物种新科技在深刻的改变每一个行业，互联网颠覆了一个个传统行业，物联网、区块链、大数据成为时代核心词，没有创新思维，就可能被时代所淘汰！每一个时代有每一个时代不同的赚钱逻辑，升级认知，才能呼吸到上层的新鲜空气。

2018年双十一天猫一家一天突破2153亿！！！关键是90后贡献了46%。移动端支付占比超过90%。不是中国经济不行了，是70后80后落后了，是我们的实力不行！

“全民创业、万众创新”的国家战略实施以来，全民微商兴起又逐渐消失，后微商时代怎么玩？

高活跃用户视频领域第一名的抖音，女性55%，男性45%，一二线用户超过50%，她的用户特点，企业如何进行商用？哪些行业的匹配度最高？如何抓住新兴的流量入口，吃到第一批新鲜的螃蟹，率先占领未来的营销高地。本课堂将倾囊奉献！

企业进驻电微商的五大困境：

困境一：决策——发展了六年的微商，行业在洗牌，口碑在下降，新微商怎么活？

困境二：团队——筑巢引凤还是偷挖墙角？临渊羡鱼不如退而结网！

困境三：销量——新工具、新平台流量如何引？如何转化？要市场还是要利润？

困境四：运营——电商法出台？平台规则大变？运营要规避哪些风险？

困境五：冲突——线上与线下渠道、价格、品牌传播的冲突与协调？

……

世界经济十年是一次轮回，1998年亚洲金融危机，2008世界金融危机，2018年？在全球经济大萧条的背景下，世界银行发出了警报：许多国家经济可能负增长。在新经济大变革的前夜，今天的企业变革是找死，不变革是等死！中国在全球经济中扮演的角色在发生变化，整个产业链架构都要调整。随波逐流，没有明确定位，没有系统思维，没有战略计划，企业就没有效益，更谈不上利润。张勇老师针对传统企业这些困境开发了这套《互联网+微信与自媒体营销实战系统》课程，已经全国已经开了600多期，参与课程的学员给予了100%的好评，对中小企业触网提供了非常大的帮助，让中小企业少投入，稳步发展，充分利用互联网时代的机会，从互联网获取客户、销售产品、创立品牌。

课程收益：

- **知趋势**：全面了解电商发展趋势以及企业互联网思维模式及营销趋势；
- **懂案例**：经典案例新颖分析，全面了解企业的互联网转型方略和落地方案；
- **学平台**：全面系统学习网络营销平台，普及运营及营销的多种实操技巧；
- **掌方法**：知晓网络营销定位、策划、运营、推广、成交5大模块成功方法；

- **搭团队**：获得网络营销落地搭建团队一系列建议，包括绩效考核与效果分析；
- **出效果**：后续的顾问指导，全方位帮助网络营销系统企业落地，出实际效果。

课程时间：2天，6小时/天

课程人数：30以上最合适

课程对象：企业 CEO、董事长、总经理或电商运营相关负责人

课程方式：讲师讲授+视频演绎+案例研讨+角色扮演+讲师点评

课程大纲

第一讲：互联网+微营销市场的挑战和机遇

一、从网民的角度揭示和消费行为解释微江湖的巨大变化

1. 用数据说话，实施胜于雄辩
2. 面对新技术、新事物、新物种要保持好奇心
3. 2018年微江湖的传奇人物和他们的故事

二、电商法的实施给互联网江湖带来了那些变化

1. 2080法则，伟人告诉我们要学会抓住问题的主要矛盾
2. 物以类聚，成功的商家都是有圈子的
3. 企业要建立严打预警的机制和预防措施
4. 主流平台要随机变化，新兴平台要抓住机会窗口。
4. 落后就要挨打，经济基础决定了上层建筑，互联网亦是如此！

三、市场、用户、工具三者的变化带给企业的思考

1. 屏幕在哪，市场就在哪。
2. 消费场景转移到了客厅、马桶上、沙发和枕头上……
2. 主流的消费群体 8090 在发生哪些变化
3. 微商市场在大洗牌，快速成长的背后是高死亡率。
4. 成功的微商是套路还是尖叫好产品？

案例分析：大时代一双袜子缔造的商业神话

四、波澜壮阔的微商市场背后谁住沉浮？

1. 微商品牌的形成基因是什么？
2. 什么类型的产品适合做微商？
3. 传统企业如何借力微商打造品牌，怎么解决线上线下冲突？
4. 如何快速建立微信品牌，要把握哪些要点？

案例分析：幸福狐狸如何异军突起，从竞争激烈的内衣行业杀出重围！

五、企业与消费者角度的利益冲突如何转化

1. 矛盾就是商机，洞察冲突背后的巨大商业价值
2. 2018年中国电子商务总规模 37 万亿，占 GDP 的比重已经高达 41%，你的企业有多少生意来自线上？天猫双 11 一天突破 2153 亿！90 后贡献了 46%。移动端支付占比超过 90%。

第二讲：传奇微商的故事营销心法

一、灰姑娘一夜成名的故事套路

1. 消费者和市场都在变化，背后有什么是不变的？
2. 自古真情留不住 唯有套路得人心是真的吗？
3. 透过微江湖的表象，探究背后的成功因子
4. 无心插柳终止成功的创业历程
5. 挑战巨头缔造奇迹的马老师剧本

6. 好莱坞式优秀作品的成功公式

二、美颜秘籍的品牌成长之路

1. 企业的基因决定了品牌的缘起
2. 品牌建设和营销上她做对了哪些事情
3. 微品牌发展过程吃过的亏和要规避的坑
4. 品牌建设的核心要点与基本框架

第三讲：微商模式设计与利润分配

1. 微商朋友圈营销的 5 大禁忌
2. 直销+微商+全分销的六大功能体系解决方案
3. 中国微商细分 20 种模式总结
4. 长线微商模式的运营策略
5. 微商顶层设计的六大原则

第四讲：主流微商品牌的平台与工具选择

一、微品牌的多平台运营策略

1. 头条、抖音、火山、快手如何借力网红引来海量的粉丝
2. 三元九运，2004 年到 2023 年走的是八白运。
3. 小鲜肉当道，趣谈电商的风水秘密。
4. 抖音的商用，网红工厂与毛绒玩具的爆发式增长

二、新平台、新工具的推广方式分解（免费和付费）

1. 大数据的几个主要的信息采集通道
2. 权威数据分析全国七大主要的传播渠道
3. 搜索引擎的免费与付费组合拳威力强大
4. 竞价排名的工作细节把控

第五讲：企业如何利用自媒体进行品牌推广营销

一、玩转六大主流自媒体运营方法

1. 今日头条、企鹅号、百家号、网易号、搜狐号、一点资讯
2. 微博的企业成功案例分享
3. 深圳三家企业运营自媒体拿到的结果
4. 多平台运营要学会借助工具的力量

二、官媒与自媒体的力量比较是大象与蚂蚁的较量

1. 企业不重视品牌的传播的后果很严重
2. 危机公关不如防微杜渐
3. 一首古诗告诉我们的网络推广真谛
4. 花小钱办大事，几款好用的工具友情推荐

三、自媒体推广营销方法的全案

1. 营销的八大技巧
2. 微信营销的五个误区
3. 打造自己的私域流量池
4. 移动端流量池的构建思维
5. 微信与自媒体的 11 个裂变活动方案

四、自媒体的企划营销方案如何写？

1. 万变不离其宗，图文与视频等四大基础元素
2. 天下文人一大抄，伪原创的方法论

3. 内容为王，产品经理到文艺青年的转变
4. 拍电影是需要剧本的，文案的灵感来源

五、自媒体内容运营的七大技巧

1. 打造内容创作的闭环
2. 文案协作的挖掘思路
3. 文案的心骨皮设计框架
4. 内容有效传播的四个关键

六、微信与抖音的结合新工具介绍

1. 当下主流发展趋势的总结
2. 录播与视频现场直播的平台差异
3. 平台之间竞争与博弈的缓冲地带
4. 新工具、新平台的市场打法介绍

课程内容回顾总结