

《网络营销与网络沟通》

课纲及讲师简介



【课程背景】	<p>的确，网络营销模式已悄然兴起。百团大战过后，吹响的是借助网络营销的 O2O 大战的号角。O2O 模式是电商的下一座金矿，成为连接线上与线下的桥梁。放弃 O2O，就是放弃未来。</p> <p>企力培训断言所有企业都将电商化，传统行业电商化不是选择题，而是必选题！商业地产也都将电商化——“万达的天敌会是天猫？”</p> <p>鲜活案例：餐饮-星巴克、甘其食；服饰-鄂尔多斯、GXG、星期六、优衣库；百货：宝岛眼镜、银泰百货、屈臣氏；车品-别克汽车。</p>
---------------	--

【培训收获】	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 网络营销思维的转变； ➤ 网络营销沟通与电销沟通的区别； ➤ 微信朋友圈的营销互动技巧； ➤ 微信朋友群的营销互动技巧； ➤ 微信营销过程中的话题营销技巧； ➤ 性格色彩与微信高效沟通的技巧。
【授课时长】	1天，6课时
【培训对象】	营销总监、经理、主管、电商部门人员、营销人员等
【课程大纲】	<p>第一章、网络营销思维的转变</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 从案例开始说起：广电集团案例剖析 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 网络营销带来沟通方式的变化 ◆ 网络营销带来沟通效率的提升 ◆ 网销沟通与传统电销沟通的区别 ➤ 小微信，大生意：广东顺大案例剖析 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 此项目成交的关键点是什么？ ◆ 网销过程中如何有效调控心态？ ◆ 锲而不舍的品质对于网销同样重要。 <p>第二章、微信朋友圈的互动营销</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 朋友圈不能只是卖产品 ➤ 先营销自己再营销产品 ➤ 捕捉热点吸引用户关注 ➤ 寻找用户痛点深入人心 ➤ 激发情感挖掘感恩之心 ➤ 发掘笑点博得用户欢心 ➤ 观点要独特，原创备受尊重 ➤ 编排要讲究，细节决定成败 <p>第三章、微信朋友群的互动营销</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 至少三人入群形成映衬 ➤ 先搞定群里的意见领袖

- 朋友圈管理规定的推行
- 如何规范发广告的行为
- 精确定位话题分享内容
- 分享内容至少季度规划
- 激发群里用户主动分享
- 利用外部专家客串分享

第四章、微信营销中的话题营销技巧

- 鲜明而有正能量的主题
- 个性化明显的热点人物
- 聚焦矛盾和冲突的故事
- 给出好建议增加实用性
- 新颖可视化的传播方式
- 提出好问题引发好奇心
- 巧妙承接客户的群发言
- 群留言敏感话题的引导

第五章、性格色彩与微信高效沟通

- 性格色彩内涵及其对沟通的促进
 - ◆ 力量型性格色彩特征
 - ◆ 完美型性格色彩特征
 - ◆ 和平型性格色彩特征
 - ◆ 活泼型性格色彩特征
- 微信营销过程中四类客户的识别与沟通
 - ◆ 力量型性格客户的识别与沟通技巧
 - ◆ 完美型性格客户的识别与沟通技巧
 - ◆ 和平型性格客户的识别与沟通技巧
 - ◆ 活泼型性格客户的识别与沟通技巧

