

《社群营销与实践操作》

课程收益：

通过本课程的学习，掌握社群营销及市场推广的知识，并在实践中善于创造性地把社群营销的知识用于具体操作的实务；

经过学习的学员既能掌握社群营销的思考方法与工具，又能把互联网营销、社群传播、销售活动落实到企业的具体工作中。确保企业的资源得到最充分的利用；

【课程大纲】

第一讲：移动互联网社群营销趋势及用户行为变迁

1. 互联网 O2O 社群粉丝网红及新营销案例
2. 社群人格化 IP 营销网红经济的兴起及应对
3. 新兴消费族群的特质及营销应对
4. 碎片化、精准化、社交化、娱乐化
5. 互联网影响订单流程及选购方式变化

第二讲：社群运营及社群构建

1. 产品型微信社群和兴趣社群差异及使用场景分析
2. 案例分享：方太新零售如何利用社群思维推动新零售
3. 产品型微信社群定位运营 6 个建议
4. 运营好社群细节问题

(时间碎片，社群技能，团队组成，互动要点，粉丝组成，种子用户，内容分享)

5. 微信社群销售转化方式

(1. 限时优惠券，2. 红包现金，3. 赠品，4. 线下活动)

6. 如何运营自己的 O2O 微信营销
7. 微营销社群架构 (平台选择、线下活动、互补营销)
8. 社群黏性及标签化处理

第三讲：社群内容营销及微信公众账户的运营

1. 内容营销的新样式及在传播中的意义
2. 如何通过产品特性创作能引爆传播的创意想法
3. 微信文章如何 10W+ (选题, 标题, 内容, 写法)
4. 微信公众账号的内容定位
5. 内容营销的策略及内容选题方向
6. 文章优化和文案编辑排版技巧
7. 内容来源与内部生产流程
8. 视频及音频内容规划与应用

案例研讨：如何规划和制作互联网内容

第四讲：社群活动策划和执行：如何策划线上线下活动

1. O2O 线上线下营销案例
2. 线上线下活动策划新原则
3. 线上策划活动的流程：场景、社群、网络连接、销售引流
4. 其他的互联网营销手段：案例解析
5. 案例研讨：创新营销活动策划的实践

【营销实践及案例】：

演讲过程中贯穿部分案例：

1. 小茗同学、江小白、味全果汁如何引爆年轻消费族群？

2. 二维码在美国百货业应用 (JCPenney) 圣诞促销应用
3. ZARA、UNIQLO 实体店大数据营销案例
4. 方太厨具促销消息是如何通过微信朋友圈刷爆本地化用户
5. 微信营销与 O2O、店面销售人员个人微信及 o2o 实践
6. 日本零售业 ibutterfly 促销活动与 AR 结合，引爆市场
7. 极低的预算，可口可乐如何策划引爆互联网的活动，刷爆朋友圈？
8. 新店开业，获得销售业绩、引爆社群的轻松的新营销创新；
9. 杜蕾斯的创新营销案例大盘点