

《传统企业业绩增长之裂变营销实战技能》

【课程背景】

我们正处在一个伟大的时代，处于一个从工业化向移动互联网进化的时代，人们的需求，习惯和购买路径都发生了巨大的变化！

在商业竞争不断加剧的今天，更多的是对流量的“争夺”，如何能够低成本、高效率的进行用户增长，这是每个传统企业都要考虑的问题。

除了靠自然进店和发传单之外，我们如何借助互联网的手段，激发用户主动传播分享，从而促进品牌和营销活动的快速传播，并且实现流量裂变式增长？

裂变营销，就是借助互联网载体打造企业的流量池，并通过专业的运营方法和工具，驱动用户进行循环传播拉新，促进用户和业绩的裂变增长！

【课程对象】

零售企业老板、高层，门店店长，新媒体及社群运营人员，电商、微商从业者

【课程价值】

- 具从宏观上掌握“营销作战地图”，深刻理解营销的逻辑和路径。
- 让学员理解社群营销活动爆破的基本框架，“流量增长——信任培养——成交行动——锁客复购——裂变分销”的营销流程，从而针对自己的项目和产品搭建裂变营销活动体系。
- 掌握“流量裂变”的逻辑，并通过拆解案例理清裂变实操中的详细路径和准备工作，制定完整的裂变营销文案，并使用专业的裂变工具。

【课程大纲】

一、裂变营销作战地图与社群爆破逻辑

1. 你理解的营销和销售的区别？
2. 企业亟待升级的营销思维：流量思维与流量池思维
3. 什么是裂变？裂变营销对于企业的意义
4. 6步搭建企业裂变营销框架
5. 传统业绩提升公式如何与裂变营销流程结合

案例：瑞幸咖啡的裂变增长

二、流量增长鱼塘理论与用户画像

1. 企业引流的三种路径
2. 引流鱼塘理论：挖掘鱼塘，设定鱼饵，设定鱼钩，流量池
3. 精准用户画像分析的5大维度
4. 5大鱼塘找准流量来源
5. 5大引流产品挖掘
6. 卖场接触点与引流路径探讨
7. 4大常规引流方法与4大升级引流方法拆解

案例：德国马牌轮胎的引流方法

案例：惠州打造同城异业联盟爆破的引流方法

练习：针对自己的业务写出引流方法

三、流量裂变的4大主体与4种方法

1. 裂变的4大主体：种子用户，裂变鱼饵，裂变任务，裂变流程
2. 4种裂变方法的案例和路径拆解

案例：欧巴罗餐厅的裂变案例：4天裂变出240个微信群

案例：猫眼内衣品牌裂变，让客流增长3倍

案例：新世纪百货“纸包鱼”裂变 3000 单

案例：连咖啡的拼团裂变

3. 练习：针对自己的业务制定出裂变方案

四、通过社群快速打造用户信任的框架与方法

1. 流量到成交中间最关键的环节：建立用户信任

案例：用社群 2 周内卖出 200 多头土猪

2. 微信社群的内容输出框架

3. 如何提升微信社群的活跃度

4. 社群启动 6 大流程

案例：步步高超市的社群内容体系

案例：百联社群：缩短与用户的距离

练习：3 张表格构建社群架构与执行落地

五、成交的 3 大核心与 6 大步骤

1. 成交的 3 大核心：价值，信任，促销

2. 成交的 6 大步骤：

(1) 痛点挖掘

(2) 价值塑造

(3) 客户见证与权威认证

(4) 超级赠品

(5) 制造紧迫与稀缺性

(6) 零风险承诺

3. 赠品营销的不传之秘

练习：针对自己的产品或项目写出营销文案

六、裂变营销之锁客复购策略

1. 为什么要进行锁客复购

2. 锁客复购的 2 个核心要素

(1) 增加信息触达渠道

(2) 给到客户回头的理由

3. 如何设计回头福利

(1) 锁定会员身份

(2) 给到专属特权

(3) 建立积分兑换机制

(4) 下次消费代金券

(5) 长期回头券/赠品

(6) 社群秒杀团购

案例：大型连锁美容机构的锁客复购策略分析

七、裂变分销的策略与方法

1. 为什么要进行裂变分销

2. 谁可以给我们裂变分销

3. 三种分销路径拆解：

(1) 员工分销裂变的拆解

(2) 老顾客分销裂变的拆解

(3) 异业联盟的分销裂变拆解

裂变营销体系下的落地场景与工具使用

八、社群活动爆破详细流程与方法

1. 社群的常规转化方法

(1) 社群会员费

(2) 秒杀活动

(3) 拼团活动

(4) 组合促销

2. 几种常用的微信小程序功能：抽奖，秒杀，拼团，砍价

(1) 案例：千鲜汇的社群团购模式

(2) 案例：馨馨家水果尊享会

3. 社群落地活动爆破流程

案例：欧派橱柜的微信社群活动爆破