

企业微信营销实战与应用

主讲老师：张强老师

培训方式：讲授+互动+小组讨论+案例

课程背景：

传统企业已经处于流量困境的时代，过去的线下坐店等客被动营销时代已经远远无法满足企

业流量的需求，企业必须从线下走到线上，通过线上线下建立多种流量渠道。移动互联网时

代的营销更为直接和高效，基于移动互联网的营销推广成为传统企业切入互联网的直接路径。

移动互联网时代，微信无疑成为全民最高频使用的产品，微信也是当前互联网最大的流量池，

微营销引爆大商业的时代汹涌来袭，众多企业跃跃欲试。然而由于懂得微营销实战技能，如

何最快抓住用户的眼球，这已使众多企业面临着一系列困扰——

如何理解微信营销的新机会？

如何使用微信公众平台进行品牌运营？

如何借助微信社群深度运营用户？

如何发挥粉丝的巨大威力形成无限裂变？

本课程通过对网络营销方法体系的解读，围绕微信营销的平台、内容、粉丝和活动策划等教

授大量的实用技巧和工具方法，帮助企业培养微信营销及市场推广实务人才。

课程收益：

1. 培育一批真正掌握微信营销及市场推广的知识，并在实践中善于创造性地把新媒体营销的知识用于具体操作的实务人才；
2. 既能掌握微信营销的思考方法不工具，又能把微信营销、市场推广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，既促进销售的短暂增长又能打造强势新媒体品牌；
3. 全面深刻了解微信营销产业链及相关的内容，能够建立科学高效的新媒体营销创新及应用流程，有效传达到位并推动实施。

培训方式：

本课程采用立体的教学手段，结合讲授、启发式互动教学、讨论问答、案例分析、现场实战演练等多种授课方式，有效活跃课埸气氛，并增强学员的学习效果。

通过讨论，学员可以自己产出较多的思路，记忆深刻。课堂上的现场演练，给学员展示现实工作中的情景，既学习了处理各种问题的思路，也能对学员的表现进行评价，使学员无论在理念上还是技能上都得到提升。

课程大纲：

一、微信开启营销新时代

1. 传统媒体的营销之困
2. 什么是微信营销？
3. 企业为什么要布局微信营销？
4. 微信营销的前世今生
5. 目前企业微信营销的现状与局限
6. 研讨：企业微信营销的价值

二、微信营销体系的框架与执行路径

1. 微信营销体系框架
 - (1) 品牌定位
 - (2) 用户画像
 - (3) 流量增长
 - (4) 内容运营
 - (5) 变现通道

2. 微信营销的核心思维：

(1) 鱼塘理论

(2) 用户思维

(3) AARRR 模型

3. 微信营销的生态矩阵

(1) 微信个人号

(2) 微信公众号

(3) 微信社群

(4) 微信小程序

4. 案例：百货商超的微信营销体系

5. 案例：移动通讯行业的微信营销方案

三、线上线下打通微信流量生态

1. 微信引流的三种路径

2. 引流的鱼塘理论：挖掘鱼塘，设定鱼饵，设定鱼钩，私域流量池

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. 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
8. 案例：某个装修行业平台的引流方法
9. 案例：惠州打造同城异业联盟爆破的引流方法
10. 练习：针对自己的业务写出引流方法

四、微信裂变活动引爆流量

1. 裂变的 5 大主体：种子用户，裂变鱼饵，裂变任务，裂变流程，流量容器
2. 4 种裂变方法的案例和路径拆解
3. 案例：欧巴罗餐厅的裂变案例：4 天裂变出 240 个微信群
4. 案例：猫眼内衣品牌裂变，让客流增长 3 倍
5. 案例：新世纪百货“纸包鱼”裂变 3000 单
6. 案例：连咖啡的拼团裂变
7. 练习：针对自己的业务制定出裂变方案

五、微信内容运营

1. 微信内容布局与形象打造
2. 微信矩阵下不同载体的内容输出
3. 微信内容的多种形式
4. 内容采集的 12 种来源
5. 微信推送时间的技巧
6. 提高粉丝活跃度方法研讨

六、微信变现的渠道和手段

1. 微信朋友圈变现手段
2. 公众号静默转化的文案技巧
3. 微信社群的批发式转化手段
4. 微信社群的营销爆破活动流程
5. 微信小程序的多样化变现方法