

# 《新传统企业新媒体的技巧实操与落地执行》

主讲：金满铮

## 【课程背景】

在十九大后新常态的场景下，随着智能制造、人工智能与新零售的快速发展，企业家如何看清楚宏观大势和消费升级的发展趋势，找到新的媒体营销机会、做大企业价值？

媒体的定义不仅仅是电视媒体，户外媒体，楼宇媒体，也包括社交媒体，游戏媒体，短视频媒体等多种形式，而民营企业在这一波新媒体的大潮中，面临的复杂情况、外部环境的变化速度以及挑战可谓前所未有。那么如何更好的认识时代的大势、产业的变革方向以及如何辨识企业的核心能力、定位企业在未来产业价值链中的位置、找到企业新的定位，设计创新媒体营销模式、积累长期的有效粉丝成为消费终端用户，从线下转战到线上，规划企业的整体营销升级路线，从而明确目标、制定战略、整合资源，突破瓶颈，在这次浪潮中实现弯道超车，并使得企业和企业家价值在年轻的新媒体市场和千变万化的互联网新市场的利益最大化？就是我们企业经营者目前最重要的课题，也是本课程的内容所在。

课程突破了很多转型课程只讲理论思想、没有实战经验、缺少工具方法的瓶颈，还原现实商业环境中一个个实际发生的案例，以及案例背后不为人知的客观规律。解决学员在企业升级转型的过程中面临的“看不清、想不到、做不了”的三大难题，使学员学之解惑，学之能用，带领企业踏上成功的升级转型之路，实现企业价值的十倍成长。

## 【课程收益】

了解新常态下宏观经济走势、各种商业模式创新背后的规律与本质  
了解科技发展导致的产业价值链的变化及消费升级带来的需求变化与机会  
掌握辨识企业核心能力，进行产业价值链或商业模式创新的方法  
掌握制定公司升级转型战略，并建设组织能力，确保实施落地的系统方法  
掌握如何与资本市场对接，在资本层面实现企业价值

【课程特色】干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】董事长、总裁、总经理、常务副总经理、总裁助理、营销市场副总等高管人员

【课程时间】1\_2 天

## 【课程大纲】

### 一、企业老板新媒体的个人品牌营销价值是什么？

- 1、企业价值与企业老板个人品牌价值最大化
- 2、企业老板如何运营在新媒体运营好个人品牌

### 二、传统企业的新媒体运营的选择与价值是什么？

## 1、传统企业转型的新媒体渠道选四大机会

搜索引擎的媒体的机会

传统门户网站与论坛的机会

社交媒体与自媒体的机会

垂直媒体与APP的机会

## 2、新媒体的品牌价值与企业的发展的关系

提升品牌溢价

增加获客机会

树立行业标杆

案例：杜蕾斯，小牛电动车，猫王音响

## 三、新媒体的内容与运营思路。

### 四、1、洞察客户

2、锁定痛点

3、重塑品质

4、互联传播

5、高效转化

6、构建社群

## 四、新媒体的传播方法与内容营销案例。

### 1、讲故事

通过内容打造包装品牌，进行线上的内容营销。

### 2、立场景

通过还原消费者场景，增加新媒体营销的转化率。

### 3、造话题

通过话题内容，增加新媒体的曝光度提升品牌认知度。

### 4、借热点

通过与实时话题的营销，完成品牌在新媒体的赋能加持。

### 5、做活动

通过线上的活动，增加消费者的活跃度与忠诚度，增加新媒体的使用粘性。

### 6、内容营销案例分析案例

通过知名的品牌企业的案例分析，消费者的新媒体喜好与发展。