

# 《门店私域打造与流量变现》训练营

授课模块：**四节，每节 2 小时**

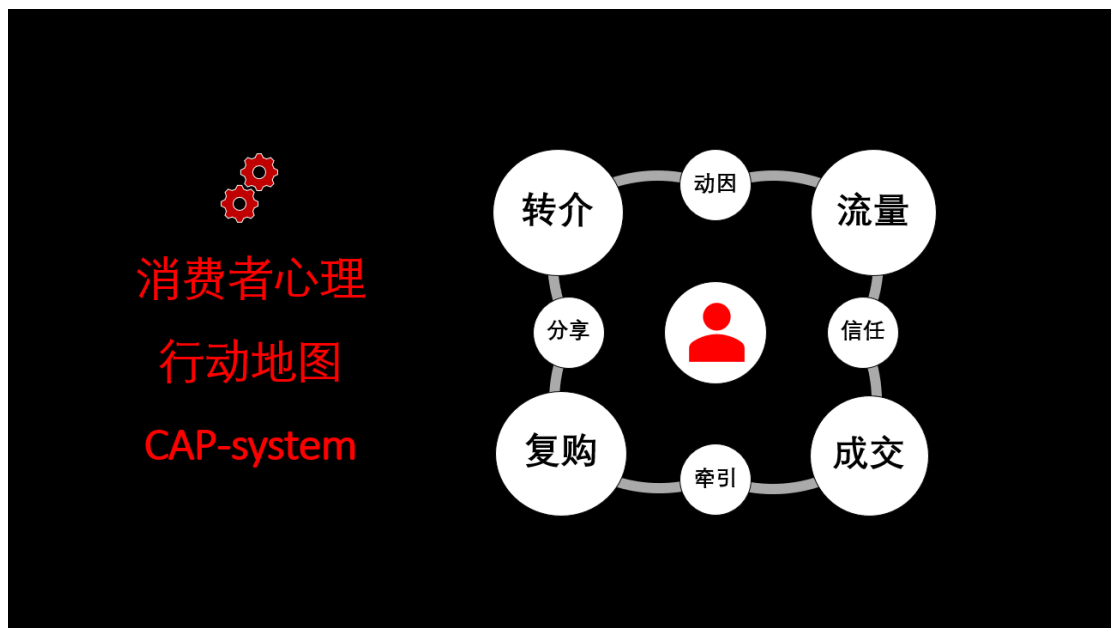
第一节  
私域认知与分级思维

第二节  
私域平台与操作结构

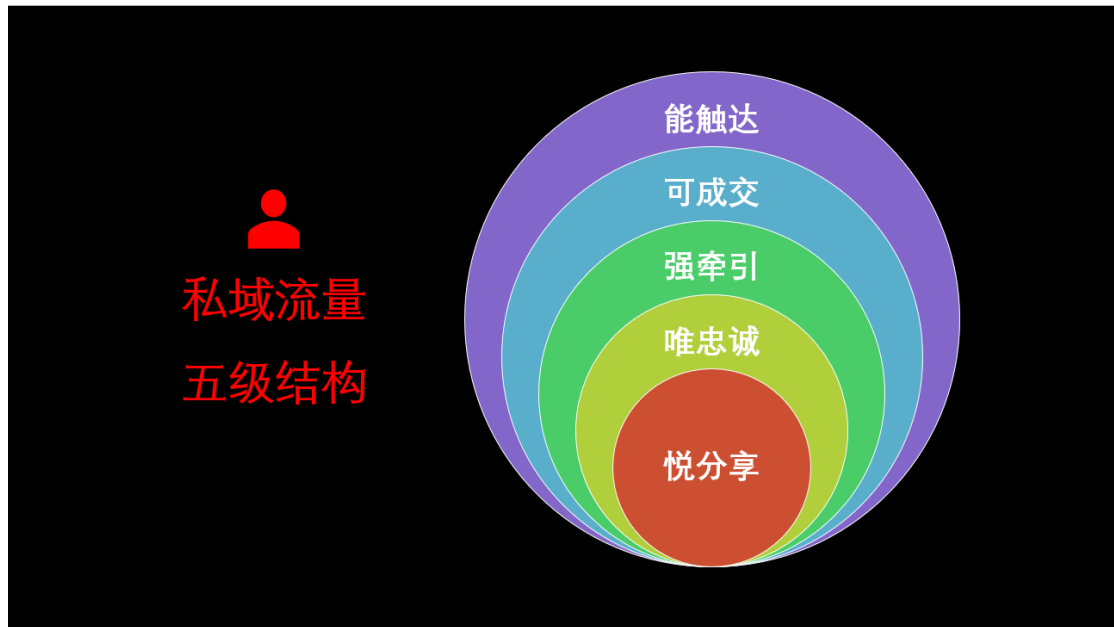
第三节  
私域获客与管理维护

第四节  
私域营销与落地融合

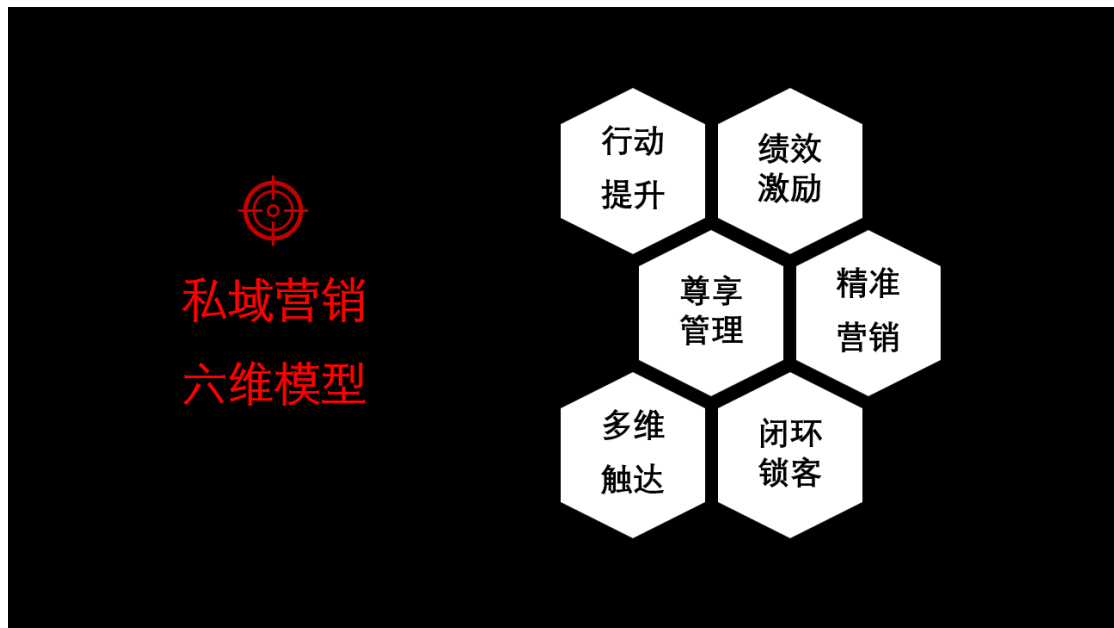
核心模型 **1**：**消费者心理行动地图 CAP-system**



## 核心模型 2 : 私域流量-五级结构



## 核心模型 3 : 私域营销-六维模型



# 课程大纲

## 第一节、 私域认知与分级思维

1. 五代消费环境变更历史
2. 营销策略匹配与盈利模型
3. 私域流量池与门店销售提升
4. 私域流量五级结构分析与对照
5. 门店私域流量现状诊断与目标设定
6. [落地工具：《门店私域流量诊断与目标规划表》](#)

## 第二节、 私域平台与操作结构

1. 公众号时代的私域流量
2. CRM 管理系统私域流量池打造的帮助
3. 社群与微信个人号在私域流量运营的价值和对比
4. 矩阵网络建设助力门店私域流量池升级
5. 各平台实施优先级与功能对比
6. [落地工具：《门店私域流量管理平台与工作重点模型》](#)

## 第三节、 私域获客与管理维护

1. 多平台线上全域触达扩展流量入口
2. 终端门店闭环锁客积累私域基础
3. 门店员工低成本获客与维护模型
4. 权益粘客在新环境中的创新使用方法
5. 私域流量池规避流失的六步操作
6. [落地工具：《获客操作与日常维护工作表》](#)

## 第四节、 私域营销与落地融合

1. 尊享化管理与精准化营销的组合价值
2. 精准营销的四类操作流程
3. 精准营销的六个基本原则

4. 门店员工行为化管理助力目标达成
5. 终端债券激励在新模式推行中的应用
6. 门店增值服务的深化挖掘与价值塑造
7. [落地工具：《精准营销操作4张表》/《终端行为化管理工作地图》](#)

## **实施方案 A：**

形式：线上课程

时长：8 小时

## **实施方案 B：线上课程+作业点评+实操辅导**

形式：训练营（线上课程+作业点评+全程辅导）

时长：2-4 周