

《社群营销》

课程名称	社群营销	对应素质	战略思维、企划运营、运营操盘
课程属性	方案落地	适用对象	企业决策层、零售负责人、品牌负责人、营销团队
标准课时	1天-2天	讲师	喻旭
课程特色	1、拥抱社群营销、最新打法，帮企业成功。 2、方案落地 讲解：70%，辅导：20%，点评：10% 3、先进实践案例和大咖智慧，融会的成熟模型方法体系		

课程收益

带回可执行的营销方案

课程大纲

准备篇 从概念、定位、范式

破冰研讨：为什么 80% 的社群都是僵尸群

1、社群营销概述

- 社群的定义、特征
- 社群的 6 种类型（兴趣、老乡……）
- 社群的功能（卖货、服务、众筹……）
- 社群发展的内在逻辑

2、社群的定位

- 人群汇聚的动因
- 社群发展目标
- 目标人群
- 社群规模

3、社群营销新范式

营销范式：社交导客——>裂变增客——>私域锁客

关键 1：从公域流量，到私域流量（社群）

关键 2：从平台流量，到社交流量

关键 3：从坐店等客，到裂变引爆

落地篇 社群营销 3 步法

第一步：社交导客（拉人入群）

（1）社交流量的类型

社群分销（云集、环球捕手……）

社群拼购（拼多多、京东拼购……）

内容分享（小红书、抖音……）

社区团购（你我他、松鼠拼拼……）

