

《裂变增长循环系统》

● 课程背景

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。

□ 张强老师介绍：



张强老师 —— 实战派社群营销专家，私域增长战略顾问

- 暨南大学工商管理硕士（MBA），曾任职高校营销讲师
- 14年营销实战经历，公众号、知乎【强连接营销】主理人
- 中国联商网、上海交大继续教育学院签约社群营销导师
- 曾在国内大型女装品牌 LIGHTNESS\HON.B 任职高管
- 7年 500 强外企营销管理经验，服务过米其林，德国福斯等公司
- 国内零售百货业知名互联网营销顾问，服务过王府井，重庆百货等近 100 家知名企业
- 百度搜索【张强社群】，了解更多信息

□ 服务客户案例：

王府井集团、深圳天虹、广州天河城、重庆百货、新疆友好集团、蚌埠百货、银座集团、文峰集团、湖南友谊阿波罗百货集团、中东集团、柳州工贸、常州百货、常州购物中心、武汉摩尔城、顾家家居、莱特妮丝服饰、蓝豹集团、添姿服饰、深圳方直科技、中国平安保险、农村商业银行、中石化、嘉实多润滑油、加拿大石油、马来西亚石油、米其林轮胎、德国福斯集团、北大荒集团、上海诺鼎、山东幸福人医药、广州彝富集团、福建普康生物、福建九耕优品、四川赛恩生物科技、江苏红石榴旅游、双骏生物科技、湖北回天新材、武汉中环汽贸城、深圳汽车维修行业协会、福建汽车维修行业协会、广州好美特汽配连锁、小蚁买手（原头号买手）、丽好嘉元、深圳万里行汽车、湖南莲城读书会……

● 课程大纲 (2 天)

壹、 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. 5 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：家居建材行业 3 天内 100 万销售爆破

贰、 流量增长鱼塘理论与用户画像

1. 企业引流的三种路径
2. 引流的鱼塘理论：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

参、 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
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
5. 练习：3 张表格构建社群架构与执行落地

伍、 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
- 4. **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
- 4. **案例：大型连锁美容机构的锁客复购策略分析**
- 5. **案例：顾家家居 8.16 社群裂变方案**

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) 员工分销裂变的路径拆解
 - (2) 老顾客分销裂变的路径拆解
 - (3) 异业联盟的分销裂变路径拆解
- 4. 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
- 4. **案例：欧派橱柜的微信社群活动爆破**

【部分客户评价与推荐】

- ✓ 新疆友好集团美美友好总经理助理张娟：此次培训，让我们认识到了社群营销的重要性，互联网为我们打开了营销的新思路，从经营货品到经营社群，从客群到流量池的思路转变让我们耳目一新。
- ✓ 阿克苏天百营运中心经理孙健：老师的“流量池”理念，一句“向一百个人卖货变成向一个人卖一百种货”为我们提供了新的营销思路，这次课程非常实战实用，我会将学到的方法

运用到实际工作中去。

- ✓ 平安保险广东某支行培训经理黄文雅：先人一步拿下社群红利，赢下新零售入场券。张强老师教会一手抓产品，一手抓流量，玩转社群营销。
- ✓ 湖南友阿集团培训部经理蔡小小：张强老师生动形象的讲授，让团队受益匪浅，通过对营销深入浅出的讲解，能让团队将营销思维有效地运用到工作中，从而提升门店业绩。
- ✓ 长沙春天百货市场经理朱阳：张老师的营销课程逻辑性非常强，实操性很好，非常具有落地性，按照老师的营销体系严格执行，传统零售业的将能有很大的增长空间。
- ✓ 广东农商银行客服经理肖珍珍：张强老师的课程让我更加深刻的理解了如何维护高价值VIP客户，不仅是从理念上有更多创新，并且也提供了非常实战的营销方法和技能。
- ✓ 米其林（中国）有限公司培训经理黄东武：张强老师的营销课程逻辑非常清晰，演讲热情，案例分享到位，收获良多。
- ✓ 广州好美特连锁总经理官溪光：张强老师对培训的理解非常深刻，无论是课程体系还是授课技巧都紧紧抓住了学员的需求，逻辑性非常强，且有清晰的培训目标。
- ✓ 深圳宝安汽修协会副会长李洁：张老师的课程极具实战性，我根据他讲授的方法立即回去给自己公司实操，让业绩在当天就翻倍，并且激活了原来的老会员。
- ✓ 上海知名电商公司小蚁买手（原头号买手）运营王小姐：张老师的课程让我明白了企业建立“流量池”的重要意义，并且构建了“引流、运营、转化、复购、裂变”这5大模块的实战方法，对于传统电商和传统门店都极具价值。
- ✓ 双骏生物科技销售总监杜方机：社群营销听过不少老师讲课，但我觉得张老师最善于总结提炼社群营销的精髓并能用生动丰富案例形象诠释，员工容易理解吸收，落地效果很好，自从运用张老师理论指导营销活动实践以后，公司业绩有了大幅的提升！
- ✓ 德国福斯集团湖北销售经理刘玮：您的课打开了我做销售的思维，开阔了我的眼界，过去我们是在地面作战，现在要想办法利用互联网的营销方法在空中去占领客户。
- ✓ 顾家布艺大连经销商沈总：张老师，我也听过很多课，自费的公司提供的，但我更喜欢您的课，在实际运用中更有应用价值，超棒的课程。
- ✓ 厦门埃鹏总经理施纯平：您的课让我很有启发，对于同行的发展也都有极强的借鉴作用，打破了我们传统的营销方式，提供了更多可落地的互联网营销方案。