

零售私域营销增长系统

主讲老师：张强老师

培训方式：讲授+互动+案例

课程背景：

传统企业已经处于流量困境时代，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，构建企业自己的私域流量池，建立流量增长自循环体系，实现客流的多途径增长，高效率裂变，多触点成交，自发式传播。

本课程围绕私域流量营销的模型设计及实战中的平台、内容、粉丝和活动策划等教授大量的实用技巧和工具方法，帮助企业建立私域营销人才。

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、广州犇富集团、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：

一、【布局篇】设计私域增长模型，打造客流增长自循环

- 1、【前世今生】零售业发展回顾，用私域营销建立增长引擎
- 2、【私域地图】一张地图理清客户旅程和私域营销路径
- 3、【触点策略】多个途径建立客户触达渠道，让信息随处可见；
- 4、【模式设计】洞察消费者购买决策，设计私域营销模型
- 5、【案例拆解】解读某零售企业的案例，思考属于自己的模式

二、【IP设计篇】品牌人格化，导购变专家

- 1、【IP定位】让销售有温度，让客户“想得起，找得到，信得过”
- 2、【组合策略】依据购买频次设计的IP组合策略
- 3、【形象包装】微信形象4件套，立体化强化人设定位
- 4、【案例拆解】“孩子王”私域体系的IP策略，做到母婴行业巨头
- 5、【案例拆解】完美日记的立体化IP打造，部分可借鉴的经验

三、【引流篇】搭建全渠道引流矩阵，让流量源源不断

- 1、【画像分析】4个维度洞察用户场景与需求
- 2、【引流公式】1个公式彻底搞清引流的底层逻辑
- 3、【引流渠道】1张引流渠道表，为引流布下天罗地网
- 4、【触点与鱼饵】鱼饵随处可见，让客户争先恐后加粉
- 5、【裂变涨粉】低成本获客，高效率刷屏，扣响流量扳机
- 6、【案例拆解】山东某零售企业的引流与裂变方案引爆全城

四、【社群运营篇】打造高粘性高复购的社群运营系统

- 1、【社群定位】1张社群定位表，让运营有规可循

- 2、【社群分层】社群层次搭建，让客户价值不断递进
- 3、【运营执行】6大模块设计执行 SOP，彻底解决社群没有章法的困境
- 4、【快闪活动】1场浪潮式社群发售活动，让成交率增长 5-10 倍
- 5、【案例拆解】某美妆企业的社群运营全案，让经验可以复制

五、【载体篇】——个人微信与企业微信的组合打法

- 1、【企微认知】企微的发展历程与功能迭代
- 2、【个微差异】企业微信与个人微信全功能的对比（截止到 2 月份）
- 3、【运营路径】以企业微信为载体私域全营销路径方案
- 4、【载体选择】到底该如何选择个人微信还是企业微信？
- 5、【案例拆解】某大型品牌用企业微信的私域营销全案分析

【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。