

《新思维 新模式 社交电商》

【课程背景】

社交电商是基于人际关系网络，利用互联网社交工具，从事商品交易或服务提供的经营活动，涵盖信息展示、支付结算以及快递物流等电子商务全过程，是新型电子商务的重要表现形式之一。

社交电商成熟的技术，为广大商家提供专业的社交电商解决方案，通过小程序+APP+微商城，实现移动营销全覆盖，结合分销、拼团、砍价、会员制分享功能，让平台可以通过社交分享，快速拉新引流，提高销量，为你抓住下一个互联网营销风口。

拼多多用了两年的时间在纳斯达克上市，而京东用了10年，淘宝用了5年。拼多多的快速成长，拉开社交电商的大幕，与此同时，云集品、淘集集等各路平台们也是借着社交电商的东风快速成长，快到让人应接不暇。电商冲击了实体店，而新零售即将冲击纯电商，纯电商时代已经过去，未来十年将是新零售的时代，也就是社交电商的时代，在未来，一定是社交电商的时代！那么，企业到底该如何转型社交电商？社交电商新模式应该怎么做？课程期间，你会收获一个崭新的未来！答案尽在！

《社交电商——如何用互联网思维加速传统企业的转型与蜕变》课程之中。

【课程收益】

- 社交电商打破人、货、场的局限性
- 社交电商的运营效率较高
- 社交电商的推广颇为即时
- 社交电商平台更有交互性
- 社交电商平台成本低传播快
- 社交电商中如何建立信任
- 它与传统电商有啥区别？

【培训课时】

或按需求摘选内容缩短或延长课时

【培训对象】

企业经营者、营销负责人、市场策划负责人、各级管理人员等

【授课方式】

讲师讲授 + 视频演绎 + 案例研讨 + 讲师点评 + 现场咨询与辅导

【课程大纲】

第一部分、社交电商之模式创新

第一章 移动时代的商业模式变革

- 1、时代进步之下企业经营模式的变革
- 2、货场人三维度的变革与创新
- 3、重新定义企业经营逻辑

第二章 移动时代的商业价值创新

- 1、客户价值还是用户价值？
- 2、重构企业给用户的价值
- 3、人人可创业的时代

第三章 社交电商模式的本质

- 1、社交电商模式的核心—用户
- 2、社交电商模式的粘性-关系和价值
- 3、社交电商模式的秘诀—裂变

第二部分、引爆社交电商之路径创新

第一章 引爆社交电商转型路径之四部曲

- 1.1 提升维度-移动时代的思维进化
- 1.2 创新模式-社交电商模式设计与重构
- 1.3 升级产品-爆品打造-让产品自动传播
- 1.4 营销转型-如何构建私域流量池

第二章 社交电商的四大核心：爆品+IP+内容+社群

- 2.1 基于用户的爆品打造
- 2.2 超级 ip 的人格化塑造
- 2.3 优质内容是链接用户的基础
- 2.4 通过社群实现锁客和裂变

第三章 精细化社群运营

- 3.1 构成社群的五个核心要素
- 3.2 社群裂变的前提-可复制
- 3.3 社群变现的五种方式
- 3.4 强势社群的七大战术

第三部分、引爆社交电商之实操创新

第一章 社交电商的引流策略：引爆全网

- 1、流量思维，哪里都是流量
- 2、用户池：基于社交关系网的引流与变现-将关系转化为流量
- 3、微信引流四大策略
- 4、公众号引流四大策略
- 5、头条系统引流策略
- 6、抖音引流策略，明日之星的诞生地

案例：看不见答案的答案奶茶

- 7、百度系统引流策略
- 8、自媒体引流策略-学会种草，分享交互平台的引流策略（小红书）
- 9、垂直平台引流策略
- 10、网红引流策略

第二章 社交电商锁客策略：链接与交互

- 1、何以留存与变现，唯有连接与交互
- 2、占领用户心智-线上交互策略
- 3、占领用户时间-线下交互策略
- 4、链接交互四大策略

第三章 社交电商裂变策略：指数式增长

- 1、指数增长的不二法门：裂变
- 2、裂变的核心理模型张远兮
- 3、以社交驱动的裂变模型（案例：瑞幸咖啡的瞬间崛起）

附件：社交电商从想法到成熟的商业模式时间很短。

结束：社交是人与人之间的一种诚信，先有诚信，再谈商业！