

《移动互联网时代的私域流量运营及内容营销》

【课程目标】

- 1、建立社群运营关系，学习和掌握社群“运营五步法”技巧
- 3、挖掘用户需求提升圈层用户黏性，建立社群内容营销模式
- 5、掌握 O2O 运营模式，提升新媒体及线下活动策划能力
- 6、学习建立社群整合营销跨界合作的渠道与模式

【课程模块】

一、后疫情时代，企业如何发动全员做流量营销？

1、互联网营销思维入门

- 互联网时代中的新媒体发展新趋势（QQ、微信、微博、小红书、抖音、直播、视频号）
- 公域流量池与私域流量池
- 互联网用户的画像行为分析：85 后、90 后、95 后、00 后人群的典型特征定义
- 传统行业企划人员想做好线上营销的个人品牌思维意识
- 传统行业企划人员如何通过新媒体平台增加客户的好感度、信任度与粘性？
- 传统行业企划人员如何打造 O2O（线上+线下）的营销模式？

3、新媒体时代内容传播法则及应对策略

- 新媒体时代的 6 大传播特点解读
- 新媒体时代用户内容消费心理及行为分析
- 新媒体营销五大法宝：微信、抖音、社群、直播、KOC 私域流量池
- 区别与统一：KOC 和 KOL 的商业属性是什么？
- 各平台（微信、微博、小红书、抖音、快手、视频号）的内容调性和 KOL、KOC 的营销重点是什么？
- 干货|KOL 和 KOC 到底怎么投放才能实现效果最大化？
- 移动互联网时代，如何运营好私域流量？如何通过私域流量做裂变营销？
- 移动互联网时代的“1+4”自媒体营销矩阵

☆ 案例分享：一家来自顺德的小家电品牌如何通过互联网创新营销完成对行业老大的绝地反击？

二、私域流量运营之社群营销实战

1. 画像与布局，迅速找到你的客户

—— 传统行业做好社群的 4 个关键点

—— 画像与定位：锁定 2 大用户画像，快速找到源源不断精准用户流量池

—— 建立与布局：5 步递进，快速打造完整微信私域流量池

—— 裂变准备：6 把板斧，流量 3 天裂变增长 20 倍

2. 活动引爆，短时间内打造高转化率营销活动

—— 噱头与装置：6 个锦囊，打造低成本高转化的诱饵

—— 催活与引爆：5 步引爆法，让你的活动一炮而响

—— 活动与策划：提升转化，让陌生人也来掏腰包的 5 把飞刀

3. 运营管理，打造高粘性微信群

—— 留存与转化：4 个拔转化的组合拳，让你的客户不断来回购

—— 粘性打造：6 个妙计运营，打造后期高粘性高产出社群

—— 痛点整治：7 个灵丹，解决所有运营社群痛点

4. 联外安内，如何让你的社群运营更有效率

—— 矩阵打造：如何打造你的朋友圈、公众号、微信群的营销矩阵

—— 技巧展示：自建群小号营销 5 步技巧，拉动更多围观者参与互动

—— 干货分享：微信小号的运营规范与操作技巧

—— 效率提升：低成本、高效率的社群运营工具分享

5. 企业微信的社群布局

—— 什么是企业微信，

—— 做企业微信前你必须要知道的 3 件事

6. 企业微信自循环体系打造

—— 互联网营销的营销公式解读

—— 什么是公域流量池与私域流量池

—— 如何利用公域流量池与私域流量池，为企业微信导入源源不断的流量

7. 社群案例分享

(1) 五谷磨房是如何利用员工企业微信群做品牌营销推广的？

(2) 屈臣氏利用企业微信进行线下引流、线上协作双重玩法

(3) 特殊时期，乐凯撒是如何利用企业微信拉动门店订单

(4) 沃尔玛、天虹、名创优品、绝味鸭脖是如何通过企业微信引爆流量变现

三、私域流量运营之微信营销实战

1、传统企业如何打造自媒体微信平台？

—— 开展微信营销之前，如何进行顾客行为特征分析？

2、微信公众平台实操战术

—— 推送/自动回复/用户管理/内容库/数据统计

—— 如何提升微信公众账号的文章打开率、分享率和图文转化率？

—— 微信公众号内容营销小技巧（关注回复/关键词自动回复/吸睛标题/单多图文选择/引导关注二维码/事件热点/阅读原文引导）

3、如何将公众号打造成为用户身边的朋友？如何提升顾客参与感和粘性？

—— 优秀的微信公众号运营者必须具备的素质

—— 关于商场微信公众平台的大数据分析

4、全员营销实战：如何利用微信朋友圈推广商场的会员活动？

—— 做朋友圈营销，如何成为一个文案高手？如何用一句话就把客人吸引过来？

—— 一线销售人员如何通过朋友圈为微信群和公众号引流？

—— 如何通过微信朋友圈做分级式客户关系管理？

—— 微信朋友圈的黄金发布时间与运营计划制订

—— 如何通过微信朋友圈打造个人品牌影响力与号召力（人格品牌化）？

—— 移动互联网时代的个人品牌经营法则：打造个人品牌标签+提升圈层信任度

—— 朋友圈营销四步法：拉新，养熟，成交，裂变

—— 微信平台最新政策深度解读：如何防止被封号？哪些营销行为千万不能做？

—— 微信朋友圈营销实战案例：10条微信换来3000万的背后的秘密

四、私域流量运营之短视频及直播运营

1、如何利用视频号社群引流

—— 为什么要做视频号，视频号的机会和趋势是什么？

—— 视频号的爆款4大推荐机制！！与抖音、快手其他短视频平台的区别是什么？

—— 少走弯路——视频号运营的规则及注意事项有哪些？

—— 视频号运营的4大步骤及推广引流的技术

—— 从0启动0粉丝如何获得第一批流量

—— 基于社交化的视频号如何链接公众号、社群精准引流，快速变现

—— 微信视频号推流直播引流带货的最新技巧实战操作

- 微信视频号+小商店+社群闭环引流的核心玩法
- 如何设计地方性商业型/企业型视频号
- 商业型视频号应该利用哪些内容来提升产品/品牌的曝光
- 企业玩视频号的实现品牌曝光的 6 种玩法
- 企业和门店结合视频号引爆流量疯狂下单的玩法
- 急速变现大招——企业公众号互推导流的 8 个案例
- 人人号和企业如何认证？如何利用个人号和企业号打造短视频矩阵
- 企业（销售、渠道、策划）做好视频号营销需要掌握的 5 大核心技能

2、商业地产/购物中心的短视频创作

- 短视频内容的规划和分类
- 短视频的文案技巧
- 短视频拍摄常用设备和手法
- 短视频常用高效率制作工具
- 常用音频素材获取
- 如何用电脑帮你合成语音

3、商业地产的直播策划与运营

- 商业地产/购物中心如何通过直播打造高效的会员营销体系
- 第一次直播营销要准备的 7 个事项
- 案例分享：单场卖 1 个亿的直播脚本
- 直播营销的 5 步销售法
- 直播间常见问题和应对话术

五、番外篇—其他新媒体平台营销

☆ 新媒体营销之番外篇：小红书运营

- 新消费浪潮中的小红书：先造风，再成为风
- 引爆品牌增长，可复制的 4 个小红书精细化运营方法
- 品牌主如何在小红书“有效”种草的 3 大技巧

- 案例：如何在小红书推广中少花冤枉钱？品牌投放实战心得
- 案例：花 15w 投 500 个素人却没收录？小红书如何避坑？
- 如何利用和发掘“关键词”，获取精准流量
- 深度解读：小红书热搜词底层逻辑，分分钟让你的笔记上热门
- 企业如何利用小红书的信息流广告做推广
- 小红书热门行业广告创意解析
- 深度解读小红书平台的最新投放流程
- 案例：小红书品牌营销数据优化决策方案深度解析
- 小红书投放工具分享

- ☆ 新媒体营销之番外篇：百度系营销法（如何通过百度平台推广运营商产品）
- ☆ 新媒体营销之番外篇：QQ 营销实战（如何打造 QQ 群、QQ 空间、QQ 公众号的营销矩阵？）
- ☆ 新媒体营销之番外篇：直播营销法
- ☆ 新媒体营销之番外篇：大 V 营销法（如何与本地大 v 进行资源互换和公众号互推？）
- ☆ 新媒体营销之番外篇：头条号营销法

六、新媒体营销工具分享

1、新媒体其他实战营销工具分享

- 高效平面海报制作工具分享
- 如何制作裂变海报？设计裂变海报的“四象法则”是什么？

2、禁忌解读：

- 哪些营销工具千万不能用？
- 微信、抖音等新媒体平台的禁忌内容详解

3、技能提升

- 如何策划一场低成本的新媒体营销活动？

【目标学员】

- ☆ 市场总监、企划总监、营销总监等企业中层管理者
- ☆ 企业互联网/新媒体营销团队中的一线运营人员

☆ 对移动互联网营销感兴趣的机构经营者及个人

【标准课时】

两天（可根据具体情况和学员构成，拆分为半天的课程）

【授课形式】

讲师授课 + 案例分析 + 分组研讨