

课程大纲 《社群运营及圈层技能提升实战》

【课程目标】

- 1、建立社群运营关系
- 2、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
- 4、建立社群内容营销模式
- 5、掌握 O2O 运营模式提升线下活动策划能力

【课程模块】

一、社群运营思维篇：

- ☆ 什么是社群：一种增强圈层用户黏性的“强力胶”
- ☆ 社群的 5 个构成要素
- ☆ 了解社群生命周期各阶段的运营关键
- ☆ 社群的 3 大载体：微信、QQ、微博
- ☆ 社群的 3 大分类
 - 1、业主群
 - 2、兴趣群
 - 3、话题群
- ☆ 社群运营 3 大标准
 - 1、有观点的内容
 - 2、圈层化互动
 - 3、共享中互利
- ☆ 如何用 ISOOC 模型评估行业社群的质量

二、社群体系建立与运营篇：

☆ 如何定位和找到你的群的内核

- 1、市场调研
- 2、用户分析
- 3、卖点资源提炼
- 4、个性化订制

☆ 规模打造——如何给你的社群引入源源不断的圈层流量

- 1、拉人入群
- 2、线下扫码
- 3、内容吸粉
- 4、活动加粉
- 5、链接跳转

☆ 如何保持社群活跃度——用户运营+内容运营+活动运营；

- 1、社群分享——提升活跃度最有效的方式
- 2、社群讨论——获得社群高质量的输出
- 3、社群打卡——从习惯到养成粘性
- 4、擅用红包——有的放矢才能激活社群
- 5、福利分发——体系化才能让活跃度持续
- 6、“暗号”制作——打造社群亚文化
- 7、线下交流——让成员更有归属感
- 8、如何建立成员与社群之间的强关系
- 9、如何利用好群公告及通知做好活动预热

案例分享：一个“暗恋通知器”，为何能掀起表白狂潮？

☆ 如何进一步提升社群的内容运营能力

- 1、话题策划
- 2、借助热点事件
- 3、故事传播
- 4、大 V 合作

☆ 如何制作社群 O2O 商业文案

- 1、主题策划
- 2、资源调配
- 3、活动设计
- 4、媒体合作
- 5、传播口号
- 6、执行环节

☆ 社群整合管理中的禁区

- 1、改不掉的路径依赖
- 2、忽略用户中心
- 3、忘记产品为本
- 4、漠视渠道聚合

三、社群运营案例篇

☆☆从烂尾楼到 120 亿，阿那亚是如何利用社群运营用户，扭亏为盈制造神话

☆☆逻辑思维：罗友会的自组织社群运营模式

☆☆蛮霸社：从卖米粉到变成潮流社群，只因做对了一件事情

☆☆星巴克的顶级社群互动玩法

☆☆小米：如何用社群打造用户忠诚度

四、社群运营 实战+工具篇：

- ☆ 低成本高效率社群运营辅助工具介绍（微信群工具+新媒体工具 干货分享）
- ☆ 实战演练：微信群新媒体工具活动策划
- ☆ 传统企业如何打造一支强大执行力的社群运营团队？如何考核和评估社群团队的工作成效？

【目标学员】

- ☆ 企业董事长、总经理、CEO 等企业决策层
- ☆ 市场总监、企划总监、营销总监等企业中层管理者
- ☆ 一线营销人员，社群管理者

【标准课时】

一天（可根据具体情况和学员构成，缩减为半天的课程）

【授课形式】

讲授、分组讨论、案例解析、角色扮演、互动性游戏、视频演绎、经验分享等。