移动互联网时代的 O2O 营销策略与社群营销实战

（零售行业 6 小时版）

一、思维篇，企业如何发动全员做线上线下的新媒体营销？（1 小时）

1. 互联网营销思维入门

——互联网营销的营销公式解读

——互联网用户的画像行为分析

2. 新媒体时代下的个人品牌思维打造

—— 门店销售想做好线上营销的个人品牌思维意识

—— 门店销售如何通过新媒体平台增加客户的好感度、信任度与粘性？

—— 传统营销卖场门店如何打造 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

4. 技能提升

——如何策划一场低成本的新媒体营销活动？

5. 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

二、微信朋友圈营销实战（1 小时）

1、微信营销的底层逻辑

——门店销售通过微信推广产品的售前、售中、售后三个环节，如何打造你的服务力？

——朋友圈营销的核心：从“一对一”营销升级为“一对多”营销！

——困惑及破局：为什么越努力刷屏就越容易被拉黑和屏蔽？

——门店销售和渠道人员做朋友圈营销的四大误区

2、内容为王，发什么样的营销内容才能让对方不反感？

——如何在朋友圈打造好玩、有趣、接地气的营销内容？

——内容运营的四字法则及案例分析

3、朋友圈运营实战技巧

—— 头像、签名与标签设定技巧

——微信朋友圈的黄金发布时间与运营计划制订

——微信朋友圈个人 IP 品牌运营 11 式

4、新媒体其他实战营销工具分享

——高效新媒体制作工具分享

——如何快速获取新媒体营销的素材

——如何快速制作出适合在朋友圈分享传播的新媒体内容

三、 微信社群运营及营销实战（上）（2 小时）

1、画像与布局，迅速找到你的客户

——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、社群营销案例篇

—— 最后一公里，兴盛优选的社区拼团新模式突破

—— 樊登读书会是如何构建销售型社群的

—— 10 条微信换来 3000 万的社交营销背后的秘密！

—— 新商业：拼多多：5 个步骤，用户裂变式的崛起

—— 卫叔咖啡：如何用社交模式让销量翻 400 倍

—— 一个小众品牌女装如何通过微信群在 2 个小时内销量突破 10 万？

—— 丁香医生卖日历：2 小时狂销 22000 册

四、 微信社群运营及营销实战（下）（2 小时）

1. 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

2. 线下门店社群实战问题解读：

—— 跨期偏好：积分优惠打动不了客户，怎么办？

—— 奖励用户：我给用户提成，用户反而不推荐了，怎么办？

—— 异业联盟：我的门店，每天门可罗雀，怎么办？

—— 场景思维：流量很大，但大家只看不买，怎么办？

—— 卖的东西都一样，怎么把顾客拉过来？

—— 人流量很大，可是不卖货，怎么办？

3. 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

4. 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思域流量池

—— 如何利用公域流量池与思域流量池，为企业微信导入源源不断的流量

5. 企业微信案例分享

——五谷磨房是如何利用员工企业微信社群做品牌营销推广的？

——屈臣氏利用企业微信进行线下引流、线上协作双重玩法

——特殊时期，乐凯撒是如何利用企业微信拉动门店订单

——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