

《移动互联网时代的微信运营及营销实战》

【课程目标】

- 1、学习微信运营及营销实战技巧
- 2、学习建立 O2O 社群运营关系，掌握运营技巧
- 3、挖掘用户线上线下需求，提升圈层用户黏性
- 4、掌握 O2O 运营模式提升线下活动策划能力

【课程模块】

一、后疫情时代，传统企业如何发动全员做线上微信营销？

1、互联网营销思维入门

- 互联网营销的营销公式解读
- 公域流量池与私域流量池
- 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

- 传统一线人员想做好线上营销的个人品牌思维意识
- 传统客户经理、营销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？
- 传统新媒体策划人员如何打造 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

二、微信运营及营销实战

1、微信营销的底层逻辑

- 一线营业员、装维人员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？
- 传统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、全员营销实战：如何利用微信朋友圈推广企业的活动？

——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？

5、企业微信概述

——什么是企业微信，功能与个人微信的区别是什么？

——企业微信运营及营销案例分享

6、视频号运营及营销实战

——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？

——传统行业做视频号运营的 4 大步骤及推广引流的技术

——同城化的营业网点如何利用视频号打造好自己的半径“5 公里”？

——企业做视频号应该利用哪些内容来提升产品的曝光

——企业如何利用视频号链接自由公众号、社群精准引流，快速变现

——微信视频号+小商店+社群闭环引流的核心玩法

——企业如何利用好员工的个人号和企业号打造短视频矩阵？

——微信视频号推流直播引流带货的最新技巧实战操作

三、微信社群运营及营销实战

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，让陌生人也来掏钱包的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

2、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

三、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、营销总监等企业中层管理者

一线营销人员，销售经理

公司新媒体运营团队

【标准课时】

一天（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 + 实操演练