

《移动互联网时代的新媒体营销实战》

【课程背景】

对于很多中小企业来说，由于当下面临严峻的生存危机，因此其希望能够通过新媒体营销来获得“救命稻草”；而对于大型企业或传统企业来说，面对激烈的竞争压力和日益减少的利润，也期望能够通过微信、微博、抖音等新媒体平台获得“第三利润来源”，以增强其核心竞争力。

众所周知，新媒体营销是一种成本低、效果好的新型营销方式，因此深得企业的青睐和欢迎。但新媒体营销毕竟是一个新兴的事物，因此既懂得网络技术，又懂得新媒体营销的复合型人才几乎如凤毛麟角，很难寻找。各大公司往往都是求贤若渴，却也很难招到合适的人才，这已经成为制约企业开展新媒体营销和实现全面发展的一个很大瓶颈。

针对当下移动互联和自媒体时代的商业模式、营销模式的大变革，我们为中小企业的中高层管理者和一线营销策划人员量身打造《移动互联网时代的新媒体营销实战》课程，旨在为学员们建立完善的移动电商与新媒体营销知识体系，培育学员们的新媒体营销实战技能，促成企业在这场变革和洗礼中焕发出新的生机，用互联网思维打造强有力的新媒体营销团队。

【课程模块】

新媒体营销思维篇

一、 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品牌推广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？

二、 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

三、 新媒体营销的舆情管控

近年来舆论传播的特点与趋势

新媒体舆论工作的措施与度

新媒体舆情应对的五大措施

舆论工作的5个度

理想舆论的生态构建

新媒体-微信公众号运营及营销实战篇

一、 如何科学搭建公众号框架

如何起出价值千万的好名字

如何设计突出醒目的公众号头像

如何写出高转换率的自动回复

如何设置高打开率的超链接回复

如何设置高点击率的公众号菜单栏

如何打造独树一帜的账号风格

二、 如何做好内容选题规划

如何做好公众号内容规划

如何建立爆款内容素材库

如何根据公众号定位做好日常选题
如何判断一个选题是否可以成为爆款
爆款文章的四大选题套路
如何判断一篇文章的内容质量
如何判断一篇文章是否值得转载
如何持续找到优质转载内容

三、 如何撰写文章爆款标题

撰写爆款标题的 5 大套路
撰写爆款标题的 8 个补充技巧

四、 如何做好内容编辑

让文章流程易读的 4 个技巧
撰写文章开头的 7 个技巧
爆款文章的 4 种结尾方法
给文章写导语的 5 种套路
撰写公众号摘要的 5 个技巧
做内容时如何制造共鸣感
搜索文章素材的 7 个渠道
微信体系内搜索素材的 6 个技巧
如何通过内容可视化提高可读性

五、 如何做好内容排版

排版的 4 个必要性和 4 个原则
文字排版的 7 个技巧
配图的 6 个技巧
文章头图的 5 个使用技巧
小标题排版的 4 个作用和 5 个技巧
排版中 9 个留白技巧
用封面图提高打开率的 4 个技巧

9个使用排版小技巧

公众号编辑必备效率工具

六、 如何提高内容活跃度

如何做好公众号人格化

如何提升历史文章的利用价值

如何通过栏目化做好内容

如何通过页面模板提升内容价值

公众号作者栏6种玩法

历史消息搜索功能的使用技巧

没有内容推送时怎么办

七、 如何提高用户活跃度

为什么你的账号用户不活跃

提升评论区留言的5种技巧

评论区留言置顶功能的5种技巧

引导用户点赞（在看）的5种方法

提高用户关注率的6种方法

如何让用户参与爆款内容的生产

如何快速分析后台数据

八、 微信朋友圈营销

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

新媒体-短视频运营实战篇：

一、 短视频入门和玩法了解

错过短视频，就错过了新的风口

如何选择适合自己的短视频平台

抖音的推荐机制和策略

快手平台的热门玩法

视频号的潜在流量算法推荐机制

小红书视频营销的技巧

二、 爆款短视频的内容创作

做短视频产品思路的 3 大内容痛点

☆ 热门爆款视频有哪些特点

爆款短视频内容的规划和选题

创意短视频内容设计的 5 大逻辑

可复制的剧本创作方法论

(1) 爆款短视频的内容技巧

(2) 爆款短视频的文案技巧

(3) 短视频的分镜脚本及制作

各短视频平台的内容禁忌

如何对短视频内容做好数据分析

☆☆ 现场互动演练 (1)：短视频内容及脚本设计

三、 短视频账号的精细化运营

6 个优秀案例，教你快速定位短视频账号人设及方向

7 个模式，助你取一个自带流量的短视频账号名称

短视频账号简介如何写更好？让人一看就关注的 10 个好用模板

短视频账号头像设计的 5 个细节和主页头图的 7 种案例

如何通过真人出镜提升粉丝转化率和个人 IP

如何通过爆款视频涨粉

如何利用未完待续持续吸引关注

短视频账号快速涨粉的 5 种引导技巧

如何用话题丰富短视频账号的运营

四、 短视频拍摄及制作实战

（一）短视频表演实战

如何在镜头前解放天性

角色塑造/如何入戏

真实的表演——专注当下

团队合作打造一出好戏

☆☆ 现场互动演练（2）：创意短视频表演

（二）短视频拍摄实战

如何用手机拍出吸粉又变现的短视频？

短视频拍摄常用设备

短视频拍摄常用手法介绍

（1） 如何理解手机镜头与用户的交流

（2） 拍摄前的多种准备

（3） 视频拍摄 4 大运镜实战：推 拉 摇 移

☆☆ 现场互动演练（3）：分组短视频拍摄实战

（三）后期剪辑制作实战

常用音频素材获取方法

常用视频素材获取方法

如何用电脑帮你合成语音

软件剪辑软件实战——剪映的使用

- (1) 随动式剪辑
- (2) 引入式剪辑
- (3) 碎片化剪辑
- (4) 关键帧动画等专业级技巧
- (5) 音乐的处理及导入技巧
- (6) 短视频特效制作快速养成

其他快速制作短视频且易上手的工具介绍

☆☆ **现场互动演练 (4) : 现拍现剪辑短视频成果展示**

五、 短视频的商业化运营

- ☆ 如何设计商业型/企业型短视频
- ☆ 商业型短视频应该利用哪些内容来提升产品的曝光
- ☆ 商业型短视频案例
- ☆ 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）做好抖音营销需要掌握的 5 大核心技能
- ☆ 企业和从业者（销售、渠道、策划）做抖音营销的七大变现渠道分析
- ☆ 如何利用人性弱点打造爆款抖音视频？
- ☆ 案例：如何用短视频企业号引爆话题传播

新媒体-直播运营实战篇：

一、 思维导入篇

直播趋势洞察——5G 时代直播商业崛起

做直播前必须掌握的运营四大核心导图

一张图帮你找到适合自己的直播平台

二、 网红专属 IP 打造篇

想做网红 IP 先破除三个迷思

了解规则，驯养标签，引爆天然精准流量

职业网红打造公式：结合产品，跨界打劫，创造个人专属赛道

从认清定位到自我呈现：如何做好个人账号装修

理解大众心理，让内容自动收割流量

成为创意捕手，搭建自己的创意仓库

三、 播前运营篇

第一次直播卖货需要准备的 7 个事项

直播间的人场货的核心要素是什么？

如何利用好装备打造高逼格的直播间

利用好私域流量为直播间刷屏引流的 3 大要素：好人设、好包装、好裂变！

网红不等于主播！如何打造优秀的主播

5 大角色，从 0 开始搭建自己的直播团队

千万流量验证过的爆款标题和封面图

直播间高清推流软件和玩法

四、 播中运营篇

开播前人员配置与开播设置

直播间主播的 3 大互动技巧

直播间常用营销话术

实战：高效而完整的直播策划方案该如何设计

5 步产品销售法打造无痕成交

直播间的 5 大转化技巧

直播时 6 大的注意事项

五、 粉丝维护与社群打造

直播复盘与数据运营

粉丝群的维护与进阶裂变

新媒体运营之工具篇：

一、 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？

二、 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

三、 技能提升

如何策划一场低成本的新媒体营销活动？

实战：如何利用营销工具制作好玩、有趣、接地气的营销内容？

四、 营销番外

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

【目标学员】

市场总监、企划总监、营销总监等企业中层管理者

企业新媒体营销团队中的一线运营人员

对新媒体运营感兴趣的机构经营者及个人

【标准课时】

2 天（可根据需求拆分为 1 天或者半天）

【授课形式】

讲师授课 + 案例分析 + 分组研讨 + 现场实操