

新媒体时代下的企业招商三板斧

课程背景：

招商是每个企业都应该学会的一种非常重要的能力，从传统的人力招商到渠道招商到今天新媒体时代下的短视频招商，企业更应该掌握新时代下的媒体的创新工具和流量密码，快速而有效的进行升级和迭代。

但问题是绝大部分的企业在经营和生产过程当中都没有把营销方式的更新迭代作为整个企业的战略的一部分，因此对于大部分企业来讲，都不知道如何透过新的媒体工具来帮助自己企业实现更加低成本投入，获取更高效的招商结果。

本课程是依托姚海源老师 14 年的媒体运营以及招商的经验系统化归纳和总结出来的一套招商三板斧的方法论，企业通过此课程可以掌握通过短视频这类新媒体的方式，如何快速的有效招商，并清晰的了解到招商的整个系统化的流程和各个环节应该如何实施落地。同时通过此课程还能把握在招商过程当中团队组成以及细节运作。是一门极具实操性和指导性的落地课程，能够帮助企业用极短的时间，快速的获得新媒体流量，并且掌握招商的底层逻辑，让企业能够实现招商结果落地的持续化以及高效化。

课程收益：

- 底层逻辑：深度剖析企业如何通过新媒体的方式来实现企业的招商落地结果。。
- 招商模型：新媒体招商三板斧模型能让企业快速有效的来剖析自身的能力和资源情况
- 商业变现：企业通过运用新媒体招商三板斧实现极低的成本，创造极好的招商结果。
- 专业技能：快速掌握新媒体获取流量的方法，并学会整个系统化的招商流程及运作。
- 行业咨询：结合企业所在行业，类目及产品，以咨询的方式全流程协助企业梳理出一套可操作快速变现的企业短视频招商模型

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：传统企业中高层团队、营销从业者、企业主、招商部门工作人员

课程方式：案例分析+理论讲授+现场实操

课程大纲

第一讲：新媒体对招商的价值和意义剖析

一、招商模型的升级和迭代

1. 新媒体招商和传统招商的差异

- 1) 成本差异化
- 2) 模型差异化
- 3) 团队差异化
- 4) 流程差异化

2. 企业实施新媒体招商的5大优势

- 1) 低成本获取精准客户
- 2) 快速拓展人脉圈
- 3) 从公域流量到私域流量
- 4) 鱼塘理论，积攒企业招商蓄水池
- 5) 快速成交

3. 从公域流量到私域流量的意义

- 1) 传统私域流量运营的逻辑意义
- 2) 短视频直播新媒体公域流量的价值
- 3) 公域+私域，引爆新媒体招商

第二讲：新媒体招商三板斧大系统

第一板斧：基于新媒体的招商 IP 塑造

1. 掌握基于新媒体的招商 IP 塑造方法

- 1) 什么是新媒体招商 IP
- 2) IP 的特性
- 3) IP 的特点

案例分析：常见 IP 举例

2. 打造新媒体招商 IP 的优势

3. 如何通过“微剧情”+爆款短视频的方式打造招商 IP

- 1) 解读：“微剧情”+爆款短视频
- 2) 分析：“微剧情”+爆款短视频方式打造招商 IP 的优势
- 3) 梳理：微剧情+爆款短视频框架
- 4) 爆款视频的定义
- 5) 爆款视频应该具备的 2 个要素
 - a 用户喜欢的有价值内容
 - b 差异化抓眼球的呈现方式
- 6) “微剧情”的定义与特色
- 7) “微剧情”短视频模型拆解

案例分析：“微剧情”+爆款视频案例拆解——爆款美妆类短视频账号案例拆解、官方短视频案例拆解

第二板斧：基于新媒体的招商流量获取

1. 基于新媒体的流量获取逻辑

- 1) 新媒体的流量迭代
- 2) 新媒体平台介绍与选择

2. 基于短视频新媒体的招商流量获取逻辑

- 1) 流量短视频作品的 4 有
- 2) 流量短视频作品的五个核心因素
- 3) 短视频流量的 5 大来源
- 4) 短视频流量评分的 5 大标准

案例剖析：一年开出 300 家加盟店，贵州荣膳和案例剖析、网红郭柯颜的美业招商案例分析

3. 基于短视频+直播投放的流量获取

- 1) 什么是 DOU+流量投放
- 2) DOU+的投放技巧
- 3) DOU+投放后的数据分析
- 4) 解密巨量千川
- 5) 巨量千川三种主要投流方式的选择

a 小店随心推

b C 端急速推广版

c PC 端专业推广版

6) 短视频和直播投放的维度选择

a 短视频目标投放维度

b 直播目标投放维度

c 小店随心推定向推广的维度

案例分析：优秀的的数据获取投放案例解读

现场实操：现场操作短视频账号进行 DOU+ 投放实操演练

第三板斧：基于新媒体的招商运作结构

1. 三项前期准备，企业做好新媒体招商

- 1) 心态准备
- 2) 人才准备
- 3) 资金准备

2. 新媒体招商会策划，构建招商会的灵魂

- 1) 招商会主题策划
- 2) 招商会邀请函文案策划
- 3) 价值型短视频邀请函文案策划
- 4) 广告式短视频招商邀请函文案策划

3. 新媒体表单沟通话术策划

- 1) 线上DM文案策划拆解
- 2) 线上表单沟通话术拆解
4. 新媒体招商物料策划

5. 新媒体招商会流程策划

- 1) 新媒体线上传播流程分解
- 2) 新媒体线上招商流程策划

6. 新媒体招商项目核心卖点梳理

工具分享：FABE 专家式的招商卖点呈现法

- 1) F：找出项目与竞争对手的特征差别
- 2) A：特征所对应的项目优势梳理
- 3) B：项目优势给合作商带来的对应利益
- 4) E：所有卖点下所对应的证据梳理

课堂实操：现场梳理企业的“F”特征，让企业更懂自己

课堂作业：通过学习 FABE，企业自行梳理出完整的 FABE 脑图

7. 新媒体线上招商会的组织流程

- 1) 客户数据获取和统计
- 2) 通过客户数据，实施电话邀约
- 3) 通过客户数据，实施电话跟催
- 4) 新媒体线上招商会召开
- 5) 线上招商平台的选择
- 6) 线上招商会讲解
- 7) 线上招商会谈判
- 8) 线上招商会签约与服务

第三讲：新媒体线上招商会演讲 ppt 拆解及和线上谈判技巧

一、新媒体线上招商会 ppt 结构设计

1. 线上招商会 PPT 结构分析

2. 线上招商会 PPT 设计的核心要点

1) 招商 ppt 内容时间点的设计

2) 优秀招商 ppt 的核心因素

a 权威性

b 安全性

c 稀缺性

d 紧迫性

二、专家级的线上招商会谈判提问技术

案例引入：购买照相机的 4 个场景解读如何有效提问

工具解读：线上招商 SPIN 专家式提问技巧解读

- 1) S:挖掘用户背景的提问技巧
- 2) P:挖掘用户难点的提问技巧
- 3) I:暗示问题线上谈判提问技巧
- 4) N:示益问题线上谈判提问技巧

1. 四类问题如何开发潜在需求

三、专家级线上招商谈判技巧 SPIN+FABE 工具的组合应用

1. 背景问题与 FABE 的组合，实现挖掘与项目呈现
2. 难点问题与 FABE 的组合，实现用户意识的提升
3. 暗示问题与 FABE 的组合，激发用户合作欲望
4. 示益问题与 FABE 的组合，促进用户快速合作

四、一场价值千万的招商会 ppt 的设计思路

案例分析：现场签约 1800 万招商会 ppt 现场拆解和分析，让学员现场掌握 ppt 逻辑设计方法，小组讨论，讲师讲解点评