

《移动互联网新媒体运营》

一、4G的移动互联网时代来临

1、移动互联网时代来临

- 2012年七大超越
- 移动互联网改变经济、产业、商业、金融、生活

2、移动互联网的特征与影响

- 特征：移动性、交互性、平等性、社群性、咨询性
- 影响：即时性、便捷性、推送性、低成本、集成性、点对点

3、传统产业互联网转型的误区：

- 网络营销不等于微博微信
- 网上开店不等于电子商务
- 代运营不能解决人才问题
- 信息化不等于互联网化

4、传统行业的互联网化四个阶段

- 传播层面的互联网化
- 渠道层面的互联网化
- 供应链层面的互联网化
- 商业模式的互联网化

二、传统营销体系及瓶颈分析

1、传统营销体系：

- 战略：品牌
- 策略：产品、渠道、服务
- 执行：广告、促销、公关、终端、直销

2、传统营销体系的宗罪：

- 高投入 砸钱知名度
- 品牌内涵、定位、传播、渠道不匹配
- 用户的感知度 信任度 忠诚度逐年下降

3、移动互联网时代的用户思维：

- 60后 功能时代
- 70后 品牌时代
- 80后 体验时代
- 90后 参与时代

三、小米科技的营销体系

- 1、雷军的“雷七决”
 - 专注、极致、口碑、快
 - 从零开始做硬件
 - 从零开始做电商
 - 不打广告品牌覆盖到三四线城市
 - 不请明星做粉丝圈
- 2、移动互联网营销体系
 - 口碑
 - 产品
 - 社交媒体
 - 社群建设
 - 服务
- 3、移动互联营销策略
 - 产品策略：做爆品
 - 媒体策略：做自媒体
 - 用户策略：做粉丝

四、移动互联网营销执行

- 1、产品
 - 痛点：创造让人难以拒绝的产品
 - 爆点：为什么好产品形不成口碑
 - 尖叫点：提炼提炼再提炼
- 2、社交媒体
 - 内容设计
 - 搞笑
 - 煽情
 - 自黑
 - 美女
 - 神P图
 - 重口味
 - 无节操
 - 文艺范
 - 小清新
 - 校园体
 - 正能量
 - 互动设计
 - 点赞

- 转发
 - 抽奖
 - 红包
 - 游戏
 - 投票
 - 猜猜
 - 讨论
 - 预约
 - 秀图
 - 新媒体
 - 微博：事件
 - 论坛：讨论
 - 微信：服务
 - QQ：综合
- 3、社群建设
- 粉丝圈：找到对的人
 - 活动设计：让用户成为明星
 - 玩：营销的最高境界
- 4、服务
- 服务=爽
- 5、新媒体运营三步曲
- 开发参与环节
 - 设计互动方式
 - 扩散口碑事件