

《粉丝经济 圈层文化及 IP 化社会形态及商业模式解析》

讲授专家：李勇

培训对象：1、互联网时代，希望学习互联网营销技巧的人士；
2、企业内与产品、客户接触的管理、营销、服务人士；
3、企业内从事营销与服务工作的相关人士；
4、希望开展互联网营销的企业相关人员；
5、公司希望通过互联网进行营销并与客户有效互动的企业相关工作人员。

课程时间：1天(6小时)

课程背景：

无论是粉丝经济，还是社群思维，最根本的内容都是社会化用户关系管理。大多数企业或品牌已经习惯以盈利为目的，这样往往会导致忽略以忠诚和紧密联系作为回报的社会资本。从普遍意义上讲，品牌效应必须要为企业盈利并赢得消费者的信任——这两者是最基本的企业需求。说得更具体一些，盈利在会员、积分和各种交易之中产生；信任在粉丝、关系和良好的口碑之中产生。到底如何看待粉丝经济，看待圈层文化，本课程将进行详细讲解。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

- 了解互联网+时代粉丝经济，圈层文化的本质；
- 了解圈层，粉丝,IP 之间的逻辑关系；
- 了解圈层文化，粉丝经济和 IP 化的具体做法；
- 掌握社群经济的玩法；
- 掌握粉丝经济运营变现的方法；

课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	粉丝商业的到来就是圈层文化的到来	1、用户需求的变迁 2、企业发展的变迁 3、粉丝圈层商业时代到来
单元二	粉丝圈层是互联网化的必然结果	1、互联网化的三大结果 2、圈层商业的必然性 3、粉丝经济的必然性
单元三	个人 IP 到商业 IP，个人圈层到商业圈层	1、我们正从一个个人消费社会奔向一个群体协作型社会 2、我们不是消费者，我们是共同意志的聚合体 3、圈层赋予了我们前所未有的力量，足以影响商业的发展 4、粉丝圈层时代---小众逆袭 IP 化开始了
单元四	看透圈层商业，	1、圈层商业，粉丝经济—以小博大的力量

	看透粉丝经济	<ul style="list-style-type: none"> 2、牢不可破的粘性和归属感 3、圈层商业，粉丝经济可以无限生命周期
单元五	圈层商业，粉丝经济的做法	<ul style="list-style-type: none"> 1、圈层商业，粉丝经济的两种商业模式 2、圈层商业，粉丝经济模式的运行逻辑 3、传统企业如何转型
单元六	粉丝平台，IP化粉丝化是互联网时代的驱动力	<ul style="list-style-type: none"> 1. 拿什么去赢得粉丝信任 2. 企业平台上的粉丝互动 3. 粉丝的世界，一定要让粉丝做主 4. 利用好社交，将粉丝力量变现 5. 粉丝经济，圈层时代的社群经济学