

《流量池思维：赋能用户留存和增长》

讲授专家：李男

培训对象：1、互联网时代，希望学习直播营销技巧的人士；
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：

新媒体“流量池思维”与常见的“流量思维”不同，流量思维是指获取流量，然后实现流量变现，这显然已经无法解决今天企业的流量困局；而流量池思维，则是要获取流量并通过存储、运营和发掘等手段，再获得更多的流量。所以说，流量思维和流量池思维最大的区别就在于流量获取之后的后续行为，后者更加强调，如何用一批用户找到更多的新用户。这是一套“急功近利”的营销理论。“急功”，是指要快速建立品牌，打响知名度，切入市场，获得流量；“近利”则是指在获得流量的同时，快速转化成销量，带来实际的效果，实现品效合一。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

了解互联网+时代下直播建立流量池的思路和方法；
掌握如何获取流量，流量如何更有效转化，流量的运营；
掌握品牌建立的方式和方法；
掌握 AARRR 黑客增长模型；

课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	流量之困	1、流量盛宴结束，新品牌还有机会吗 2、成也流量，败也流量 3、互联网企业的流量下乡 4、流量问题之下，企业如何营销破局 5、用流量池实现“急功”与“近利”
单元二	品牌是最稳定的流量池	1、尴尬的品牌 2、品牌：流量之井 3、最犀利有效的三种定位方法 4、强化品牌符号（视觉） 5、强化品牌符号（听觉）
单元三	品牌广告如何做	1、场景：用品牌做流量的扳机

	出实效	<ul style="list-style-type: none"> 2、做好品牌接触点，省下千万广告费 3、品牌战略：产品要为定位不断赋能 4、传统品牌广告如何将流量变成销量
单元四	裂变营销：最低成本的获客之道	<ul style="list-style-type: none"> 1、社交流量：移动互联网上最重要的免费流量 2、AARRR：从拉新到裂变 3、增长黑客会取代市场总监吗 4、裂变营销：从1个老用户到找来5个新用户 5、裂变技巧一：APP裂变 6、裂变技巧二：微信裂变 7、裂变技巧三：线下裂变
单元五	互联网平台关于用户的数据运营	<ul style="list-style-type: none"> 1、用户运营包含的内容：拉新，留存，促活 2、客户获取分析 3、客户激活响应与偏好分析 4、客户保有与流失分析 5、客户标签获取与价值分析 6、用户运营策略该如何实施 7、种子用户的挖掘与培养 8、如何对用户运营做效果评估 9、用户运营中的7个建议 1. 案例：老树新花，如何做好用户运营
单元六	互联网平台数据运营与管理方法	<ul style="list-style-type: none"> 1、运营不是投放素材的搬运工 2、运营管理中必须关注的十大数据维度：用户量、用户增长率、用户流失率、用户留存率、渠道转化率、MAU、DAU、变现转化率、回购率、人群画像分布以及ROI。 3、运营渠道效果提升的办法 <p>案例详解：渠道中数据管理的秘密</p> <p>➤</p>