

《流量池思维：黑客模型AARRR 解析》

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：

2019年新媒体“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	如何做好裂变营销	<ul style="list-style-type: none"> 1. 裂变的三个成功因素 2. 游戏化思维：如何让老用户越来越信赖你 3. 流量裂变系统的技术部署 4. 存量找增量：高频带高频
单元六	微信社会化营销的流量改造	<ul style="list-style-type: none"> 1. 90%的官微，官抖都在自嗨 2. 把微信服务号变成超级APP 3. 创意+技术+服力，期待做到“10万+” 4. 企业如何玩转社会化营销
单元七	事件营销：“轻快爆”的流量爆发	<ul style="list-style-type: none"> 1. 事件营销技巧的5个关键点 2. “轻快爆”案例解读，闪动“我们是谁” 3. “小活动，大传播”，丧茶快闪店 4. 事件营销的转化效果
单元八	怎样投放数字广告	<ul style="list-style-type: none"> 1. 防作弊，需要全程数据监控 2. 哪些数字广告投放形式最靠谱 3. SEO：大流量的起手式 4. ASO：最后十米的流量拦截 5. 落地页：营销基本功的修炼 6. 落地页逻辑构架溜达要素 7. 用外部素材出发消费行为
单元九	直播营销的流量掘金	<ul style="list-style-type: none"> 1. 直播营销：边看边买边分享 2. 一小时卖了2.28亿，电商直播太疯狂 3. IMBT：电商直播的四个关键
单元十	跨界营销的流量技巧	<ul style="list-style-type: none"> 1. 当流量遇到流量 2. BD经理：找到你的好朋友 3. 找到合适的BD资源 4. BD案例分享