

《数据营销及新媒体能力提升》

讲授专家：李男

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 培训

课程收益：

培训完后，学员能够：
了解互联网+时代下自媒体创建的思路和方法；
掌握自媒体内容制造的具体方法；
掌握自媒体定位的具体方法；
掌握推广自媒体的具体方法；
掌握数据营销的方式方法

课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	移动互联时代营销新法则	1、新的环境，营销需要换思路 2、什么是互联网时代的营销新法则 3、场景能让营销更深入人心 4、如何深入目标客户的社群 5、内容创造是营销传播的本质 6、如何引爆传播链条
单元二	微信公众号的定位与设置	1、了解微信公众号 1) 价值多样的公众号 2) 互通有无的公众号形式 3) 各归其类的公众号 2 认识公众号运营 1) 平台运营=发文章？ 2) 标题 3) 中心 4) 转发量 3 掌握公众号定位 1) 打造差异化产品调研 2) 特定范围的消费者调研 3) 公众号的基本要素定位 案例：顺丰等公司是如何做公众号运营的？
单元三	抖音，快手，B	1、抖音，快手，B站，小红书，今日头条等短视

	站, 小红书, 今日头条等营销怎么植入	<p>频独特营销价值</p> <ol style="list-style-type: none"> 2、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等的推荐机制是什么 3、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等的传播路径是什么 4、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等营销的八种玩法 5、 什么样的产品适合在抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等玩直销 6、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等营销植入怎么做 <p>怎么评估抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等营销效果</p> <p>案例：顺丰等公司是如何做视频运营的？</p>
单元四	抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等玩家必知的平台流量法则	<ol style="list-style-type: none"> 1、 中心化和去中心化的不同玩法 2、 算法推荐, 社交推荐, 编辑推荐的模式介绍 3、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等平台你不知道的分发规则, 流量密码 <ol style="list-style-type: none"> 1、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等品牌如何运营
单元五	抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等爆品怎么炼成的	<ol style="list-style-type: none"> 1、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等内容怎么打造才能火 2、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等爆款产品有哪些 3、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等网红店红在哪儿 4、 如何打造抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等大号 5、 运营维护：没有吃老本就能长久的生意 6、 抖音, 快手, B 站, 小红书, 今日头条等大号资源去哪儿找 <ol style="list-style-type: none"> 1. 成功案例：寺库；必胜客；摩拜；荣耀；欧莱雅
单元六	大数据时代的用户画像和客户模型	<ol style="list-style-type: none"> 1、 客户获取分析 2、 客户激活响应与偏好分析 <ol style="list-style-type: none"> 1、 客户保有与流失分析 2、 客户价值分析 3、 客户细分维度选择 4、 客户细分维度处理及案例 5、 客户细分目标及市场定价 6、 客户细分办法比较
单元七	用数据分析解决营销问题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 数据分析解决客户问题的过程 2. 数据分析如何明确营销问题？ 3. 数据分析如何分析营销原因？ 4. 数据分析如何提出建议？如何回归分析应用