

# 《线上宣传运营》

**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

## 课程背景：

- 移动互联网让网络文明回归社群时代，魅力人格体、粉丝经济、参与感、协同、场景、连接等都是社群时代的重要标签，自媒体时代让我们每个人和每个品牌都有机会找到与消费者连接的最便捷的路径。那么我们究竟应该如何去经营自媒体？
- 本课程从场景、内容、传播、连接等角度深度解构了自媒体时代的营销、运营、商业模式与商业法则！

## 课程收益：

培训完结后，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；

## 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，头条，快手，抖音，B站等新媒体属性分析	1. 不同的媒体特性是怎样的，覆盖怎样的人群？受众特点是什么？年龄？性别？城市分布？应该用软文还是用视频？长视频还是短视频？ 2. 不同的媒体特性面对的推广模型有什么不同？ 3. 我们政企受众更适合去做那种新媒体？
单元二	抖音，快手，B站，小红书，今日头条等营销怎么植入	1、抖音，快手，B站，小红书，今日头条等短视频独特营销价值 2、抖音，快手，B站，小红书，今日头条等的推荐机制是什么

		<ul style="list-style-type: none"> <li>3、 抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等的传播路径是什么</li> <li>4、 抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等营销的八种玩法</li> <li>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</li> <li>6、 抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等营销植入怎么做</li> <li>怎么评估抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等营销效果</li> </ul>
单元三	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、 中心化和去中心化的不同玩法</li> <li>2、 算法推荐，社交推荐，编辑推荐的模式介绍</li> <li>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</li> <li>1、 抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等品牌如何运营</li> </ul>
单元四	抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等爆品怎么炼成的	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、 抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等内容怎么打造才能火</li> <li>2、 抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等爆款产品有哪些</li> <li>3、 抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等网红店红在哪儿</li> <li>4、 如何打造抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等大号</li> <li>5、 运营维护：没有吃老本就能长久的生意</li> <li>6、 抖音，快手，B 站，小红书，今日头条等大号资源去哪儿找</li> <li>1. 成功案例：寺库；必胜客；摩拜；荣耀；欧莱雅</li> </ul>
单元五	视频环境及剪辑软件的选择	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 视频软件 PR，FINALCUTPRO 等主流剪辑软件介绍</li> <li>2. 视频环境介绍</li> <li>3. 摄像器材介绍</li> <li>4. 灯光灯具介绍</li> <li>5. 构图，字幕等技巧</li> </ul>
单元六	微信公众号的定位与设置	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、 了解微信公众号 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 价值多样的公众号</li> <li>2) 互通有无的公众号形式</li> <li>3) 各归其类的公众号</li> </ul> </li> <li>2 认识公众号运营 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 平台运营=发文章？</li> <li>2) 标题</li> <li>3) 中心</li> <li>4) 转发量</li> </ul> </li> <li>3 掌握公众号定位 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 打造差异化产品调研</li> <li>2) 特定范围的消费者调研</li> </ul> </li> <li>6. 公众号的基本要素定位</li> </ul>
单元七	用户体验：软文撰写的关注点切入	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、 绑定关注 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 绑定长期兴趣点</li> <li>2) 帮点切身利益点</li> <li>3) 绑定热点话题</li> </ul> </li> </ul>

---

		<ul style="list-style-type: none"><li>2 情绪：引导关注<ul style="list-style-type: none"><li>1) 阅读量</li><li>2) 传播性</li><li>3) 转发动机</li></ul></li><li>3 话题：焦点打造<ul style="list-style-type: none"><li>1) 人性化</li><li>2) 热点话</li><li>3) 揭秘式</li></ul></li><li>4 误区：重点提升<ul style="list-style-type: none"><li>1) 篇幅长短</li><li>2) 广告宣传</li><li>3) 内容借鉴</li><li>4) 文本版式</li></ul></li><li>5 价值：感受关注<ul style="list-style-type: none"><li>1) 痛点：产品价值</li><li>2、 共鸣：情感价值</li></ul></li></ul>
--	--	--