

全渠道新媒体新渠道营销训练营

讲授专家：李勇

培训对象：产品中心（总监、经理、主管）、运营中心管理人员、技术中心管理人员

课程时间：3天，18小时

- 一：掌握各个电商和新媒体等线上平台的属性及推广策略（2小时）
- 二：如何从线上和线下渠道中当中获得客户（4小时）
- 三：如何从线上和线下渠道结合共同进行营销活动组织（3小时）
- 四：如何进行基于数字化平台的数据运营和用户运营（3小时）
- 五：全渠道营销运营方案制作与评分（6小时）

本课程亮点：

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，新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。可是对于我们原有很多线下资源的公司来说，如何结合线上线下做好全渠道的运营成为重要的课题，那么我们究竟应该如何去做好全渠道的营销活动呢？本课程将详细为您解析

一：掌握各个电商及新媒体平台的属性及推广策略

一	电商及新媒体	内容
单元一	移动互联时代营销新法则	<ol style="list-style-type: none">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	电商及新媒体等线上平台属性特点介绍	<ol style="list-style-type: none">1. 拼多多，京东，淘宝分别适合什么样的客户和产品，是否适合运营商产品体系？2. 新媒体之微信介绍：朋友圈，小程序，公众号，微信视频的属性，适合用户及适用的产品类型3. 头条系（今日头条，抖音等）及快手系的属性特点，适合用户及适用的产品体系4. 百度搜索，头条搜索，小红书，爱奇艺等线上流量平台的介绍

二：如何从线上和线下渠道中当中获得客户

系列二	如何从全渠道获客	内容
单元一	微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等营销怎么植入	<ol style="list-style-type: none"> 1、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等短视频独特营销价值 2、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等的推荐机制是什么 3、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等的传播路径是什么 4、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等营销的八种玩法 5、 什么样的产品适合在微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等玩直销 6、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等营销植入怎么做
单元二	微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台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、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等平台你不知道的分发规则，流量密码 4、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等品牌如何运营
单元三	微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等爆品怎么炼成的	<ol style="list-style-type: none"> 1、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等内容怎么打造才能火 2、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等爆款产品有哪些 3、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等网红店红在哪儿 4、 如何打造微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等大号 5、 运营维护：没有吃老本就能长久的生意 6、 微信，抖音，快手，B站，小红书，今日头条以及电商平台等大号资源去哪儿找 <p>成功案例：寺库；必胜客；摩拜；荣耀；欧莱雅</p>
单元四	如何使用线下原有的资源更好的配合线上联动做获客	<ol style="list-style-type: none"> 1. 我们最大的资源在线下 2. 线上该如何认知线上工具的属性从而更好的配合做好线下获客 3. 如何通过线下进行获客的预热

三. 如何从线上和线下渠道结合共同进行营销活动组织

三	活动营销	内容
---	------	----

单元一	活动运营解析	1、什么是活动运营？我们该运营什么？ 2、活动运营需要具备的能力和素养
单元二	活动运营方法论	1. 如何做好一场营销活动的策略 2. 活动营销流程图 3. 活动营销用户画像分析 4. 活动营销执行与管理 5. 活动营销评价体系 6. 活动营销复盘总结
单元三	新媒体工具活动营销策划中的应用	1. 活动营销新媒体“八面微风”、 2. 新媒体运营管理的16字方针 3. 活动营销中的文案设计 4. 活动营销中的传播管理 5. 活动营销中的新媒体舆情关系管理
单元四	线上直播活动营销的策划与筹备	1. 直播营销方案的必备要素 2. 直播方案执行策划 3. 宣传与引流的六种方法 4. 硬件筹备的三大模块 5. 直播平台设置与软件测试
单元六	直播营销的实施与执行	1. 直播活动的执行模型 2. 直播活动的开场技巧 3. 直播互动的五种玩法 4. 直播收尾的核心思路 5. 直播重点与注意事项

四：如何进行营销活动数据运营和用户运营

四	活动数据及用户运营	内容
单元一	大数据时代的用户画像和客户模型	1、客户获取分析 2、客户激活响应与偏好分析 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 1. 客户细分办法比较
单元二	用数据分析解决营销问题	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？ 1. 数据分析如何提出建议？如何回归分析应用
单元三	线上和线下的融合用户运营	1、如何让抖音等线上工具走进线下体系 2、如何借助事件营销打开传播 3、如何用小程序+社群形成电话红包形成全渠道裂变

五：全渠道营销运营方案制作与评分

五	学员带电脑出方案	内容
---	----------	----

单元一	全渠道营销案的 PPT 方案制作	根据老师给出的 PPT 模板（包含了全渠道营销主题，团队配置，资金及时间条件）出具各个团队的全渠道营销方案。
单元二	方案宣讲	各个团队队长代表上台进行方案宣讲
单元三	提问复盘	老师及其他团队学员对宣讲方案进行提问和复盘
单元四	总结评分	由老师和学员代表对学员提报的方案进行评分总结。