

《互联网时代文案设计与创作》课程介绍

课程名称：《互联网时代文案设计与创作》

课程性质：内训/公开课

培训对象：文案创作者、营销高管、营销人员

教学时数：学时 6-12 小时（1-2 天）

课程立意：

文案创作变成了营销的利器，同时文案形式不断更新，文案的传播是企业激烈的市场竞争中制胜的终极法宝。随着全球一体化的进程加速，信息化革命的到来，企业要摆脱死缠烂打的价格战，就必须努力打造强势品牌，但是在打造强势品牌、传播造势、吸引客户的过程中存在许许多多的困惑，文案创意无疑是最好的方法。那么到底如何做？

本课程系统的解决了这个问题，同时具有理论通俗化、案例经典化、实操简易化的特点。

课程收获：

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 40% 实战练习 20% 课堂互动 20%

重点案例 10% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与，采用“行动学习法”，针对工作中存在的题，采取：提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答、团队 PK 等形式，让学员处在紧张、热烈、投入的状态中，老师讲授的观点简单实用，容易掌握、方便记忆，学员可以系统地学习“品牌定位及策划”的理念、原则和方法，达到学完就用，而且用之有效。

喻国庆老师 具备甲方乙方工作的经验，甲方在可口可乐、三星科健、创维集

团等世界知名公司的经历，因为工作关系和世界著名品牌策划公司如：香港奥美公司、香港实力媒体、日本电通国际广告公司一起研讨文案的创意和策划。在乙方工作期间中国知名咨询公司：和君咨询集团服务具体客户。因此有丰富的品牌策划、创意、执行的功底。

其本人具备深厚的美学功底：系统研习过王朝文《美学》宗白华《艺境》刘勰《文心雕龙》等著作、其书法作品在全国书法大赛获奖、喜爱研习电视 CF 片、广告文案。老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，其中有十年的营销咨询师的积累，专注营销领域，其课程实战落地、理论系统。往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。

第一章：移动互联网时代的文案

一、文案对象明确、品牌定位概论

- 1.什么是品牌定位**
- 2.品牌定位及其作用**
- 3.增强用户的关注度**
- 4.定位与市场竞争环境**
- 5.品牌定位与差异化**
- 6.工具：NABC 法则的运用**
- 7.经典案例：“怕上火喝王老吉”中国定位第一品牌**

二、客户心智与卖点

- 1.什么是卖点**
- 2.卖点的四大特征**
- 3.找寻卖点的三大黄金法则**
- 4.成功品牌的卖点分析**
- 5.卖点的四大成功法则**
- 6.案例：江小白的文案成功之处**

7.案例：脑白金、羊羊羊 的广告恶俗为什么还播

8.使企业品牌曝光，极大提高企业美誉度

三、常用的 N 种定位方法与步骤

1.成为第一

2.做到最新

3.比附定位

4.行业专家

5.利益定位

6.抢先定位

7.特色定位

8..

9.案例：某工业区的重新定位，从空间变专业服务

三、文案做好“标题党”流量自然来

1.不重视文案标题就做不好文案营销

2.没有“标题党”就没有互联网

3.文案标题应该如何撰写

4.撰写文案标题时常用的 N 个公式

5.撰写文案标题时需要规避的误区

6.几大经典文案标题案例分析

7.正确设置和使用关键词

8.几大经典文案标题案例分析

9.文案标题撰写常用的公式

1) 陈述式标题

2) 新闻式标题

3) 悬念式标题

4) 号召式标题

- 5) 提问式标题
- 6) 诉求式标题
- 7) 爆炸式标题
- 8) 寓意式标题

第二章 正文决定了文案营销的成败

1. 如何抓眼球
2. 如何“蹭”热点
3. 如何戳泪点
4. 如何步步吸引
5. 写好文案开头，文案就成功了一半
6. 文案正文讲究合理的布局
7. 文案结尾的重要性也不可忽视
8. 植入行动目标的文案才是合格的文案

第三章 没有关键词的文案不算合格的文案

1. 文案正文写作应该掌握的几个关键点
2. 文案营销中的关键词指的是什么
3. 关键词有哪些种类
4. 如何在文案中放置关键词
5. 正确设计和选择关键词
6. 免费关键词工具可使文案营销事半功倍

第四章 规避文案营销过程中易犯的错误

1. 文案最忌讳淡
2. 文案最忌讳平
3. 文案最忌讳硬抄
4. 文案最忌讳啰嗦
5. 文案最忌讳主次不

6. 文案营销过程中眉毛胡子一把抓
7. 希望收到立竿见影的文案营销成果
8. 违背常理，过度夸张产品效果
9. 多渠道、高频率开展营销就一定能成功
10. 不正当竞争，损害竞争对手利益
11. 触犯法律红线，使营销成果功亏一篑

第五章 文案营销高手必须掌握的 10 种经典文案营销案例

1. 故事类文案案例
2. 新闻类文案案例
3. 案例类文案案例
4. 对比类文案案例
5. 公关类文案案例
6. 品牌类文案案例
7. 情感类文案案例
8. 访谈类文案案例
9. 时评类文案案例
10. 模仿类文案案例

