

# 《数智化转型背景下的新媒体运营与互联网营销》

**讲授专家：杨茂林**

**培训对象：**1、希望提升公司互联网营销、线上宣传能力的相关人员；  
2、希望学习并掌握新媒体建设运营的相关人员；  
3、希望学习好的互联网营销工具、营销渠道、营销方法的相关人员；  
4、企业内从事营销与服务工作的相关人士；  
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：**2天(12小时)

## 课程背景：

- 企业组建了互联网传播营销团队，搭建了互联网营销渠道，使用了相应的工具，并开展了运营和营销、宣传活动。但从实际的效果来看，并不理想，这是因为营销过程中，对新媒体渠道的使用方法不够准确，对新媒体渠道的覆盖不全面，同时日常的运营工作开展的不系统。
- 本课程从运营建设开始，首先帮企业理清该如何对新媒体渠道进行建设，包括新媒体渠道建设，如何开展运营的具体方法。其次从内容生产出发，组建营销渠道矩阵，覆盖企业的目标人群，开展日常运营，通过用户分析、调研、内容体系、运营日志等方面提高日常运营能力。最后通过数据分析，评估运营水平和后期优化方法。

## 本课程亮点：

- 本课程没有枯燥的理论，只有大量鲜明的观点、有趣的案例、实用的方法和实用的模板，从实操等层面为如何做好互联网营销提供最有实用价值的内容。
- **学员主要反馈：**课程实用性强、实战易用、互联网思维与运营相结合、体系化讲解新媒体建设、日常运营、互联网营销推广、宣传、活动运营、数据分析等关键环节、与实际工作息息相关。

## 课程收益：

培训完结后，学员能够：

- 掌握新媒体的搭建方法；
- 掌握日常运营的机制、方法、模板；
- 掌握如何开展互联网营销活动的策划与具体方法；
- 如何进行线上宣传；
- 掌握如何对运营进行数据评价。

## 课程大纲：

模块	单元	大纲	内容	效益
新媒体建设与运营	单元一	新媒体渠道建设	1、内容矩阵 -文字内容 -图片内容 -视频内容	通过本单元学习，学员可掌握如何搭建新媒体矩阵

			<ul style="list-style-type: none"> <li>2、传播矩阵 <ul style="list-style-type: none"> <li>-营销传播矩阵规划</li> <li>-微信运营能力提升</li> <li>-抖音、快手运营能力提升</li> <li>-论坛、贴吧运营能力提升</li> </ul> </li> <li>3、微信渠道运营 <ul style="list-style-type: none"> <li>-微信公众号运营关键能力</li> <li>-企业微信运营关键能力</li> </ul> </li> <li>4、短视频渠道运营 <ul style="list-style-type: none"> <li>-抖音、快手运营关键能力</li> <li>-涨粉实操技能</li> </ul> </li> <li>5、直播运营 <ul style="list-style-type: none"> <li>-直播平台讲解</li> <li>-直播前的7项准备工作</li> <li>-直播脚本的设计</li> </ul> </li> <li>6、运营岗位 <ul style="list-style-type: none"> <li>-岗位说明书</li> <li>-现有人员技能评估</li> </ul> </li> <li>7、KPI考核方案</li> </ul>	
	单元二	日常运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、用户分析</li> <li>2、竞品分析</li> <li>3、渠道分析 <ul style="list-style-type: none"> <li>-重点渠道、目标</li> <li>-日常运营要求</li> </ul> </li> <li>4、内容体系 <ul style="list-style-type: none"> <li>-明确传播内容调性</li> <li>-内容制作与效果检查</li> </ul> </li> <li>5、日常运营机制 <ul style="list-style-type: none"> <li>-制定日常运营流程、制度</li> </ul> </li> <li>6、运营数据分析 <ul style="list-style-type: none"> <li>-微信运营数据分析</li> <li>-短视频运营数据分析</li> <li>-直播运营数据分析</li> <li>-论坛、贴吧、微博运营数据分析</li> </ul> </li> </ul>	通过本单元学习，学员可掌握日常互联网渠道的运营方法，提升运营能力和运营技巧
互联网营销与线上宣传	单元一	互联时代营销方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、新的环境，营销需要换思路 <b>讨论：2020年疫情下营销的思考</b></li> <li>2、什么是互联网时代的营销新法则</li> <li>3、场景能让营销更深入人心 <b>案例：《妈囡》为什么大年初一免费播</b></li> <li>4、如何深入目标客户的渠道</li> <li>5、内容创造是营销传播的本质</li> <li>6、如何引爆传播链条</li> <li>7、互联网营销方法 <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 互联网营销体系搭建</li> <li>(2) 新媒体传播途径与新媒体传播策略</li> <li>(3) 新媒体传播实施细则</li> </ul> </li> </ul>	营销方法与具体实操
	单元二	新的营销场景	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、什么是场景 <b>案例：冠状病毒期间企业做法分析</b></li> <li>2、营销中的时间场景 <b>案例：从抖音营销看时间场景的重要性</b> <b>案例：郭艾伦电动车营销巧遇哈登事件</b></li> <li>3、挖掘日常场景中蕴藏的机会</li> </ul>	营销场景的具体应用

			<p>4、地点是场景的灵魂  <b>案例：当疫情封城遇到移动互联网</b></p> <p>5、基于地理位置的营销</p> <p>6、如何获取客户关注</p> <p>7、让业务回归本地</p> <p>8、如何在场景中洞察消费者的购买动机</p> <p>9、情绪也是一种场景  <b>练习：本章实践思考</b></p>	
	单元三	有传播力的内容	<p>1、内容是互联网营销的根  <b>案例：抖音里的吃播众相</b></p> <p>2、不仅要生产内容，更要规划内容  <b>案例：如何设定人设</b></p> <p>3、给客户想要的内容  <b>案例：如何开展用户调研</b></p> <p>4、标题的重要性  <b>案例：新华社的标题</b></p> <p>5、内容风格</p> <p>6、让内容走的更远  <b>案例：内容的分发机制</b></p> <p>7、好的内容一定有故事</p> <p>8、企业如何做内容营销</p> <p>9、从消费者购买流程做内容</p> <p>10、做有传播力的内容，并进行梳理  <b>练习：本章实践思考</b></p>	如何创作好的营销内容