

公众号运营与 APP 推广

主讲老师：刘华鹏（1~2 天）

【课程收益】

- (1) 掌握公众号、APP 作为移动互联网时代私域流量池的重要价值；
- (2) 掌握公众号、APP 软文创意、标题写作、美工编排的系统方法；
- (3) 掌握公众号、APP 用户运营、活动运营、整合推广的方法技巧；
- (4) 掌握公众号、APP 运营过程中拉新、留存、促活、转化的方法；
- (5) 每一讲都有鲜活的实战案例，均源自刘老师服务的同领域客户；
- (6) 现场演练互动，并给出方法、逻辑、工具和课后辅助落地作业。

【课程形式】

- (1) 分组学习（每组 6~8 人），分组积分，优胜小组最好有小礼物；
- (2) 理论讲解（1/4 是理论），深入浅出，刘老师富有激情和互动性；
- (3) 案例分析，每一讲都会有一个比较完整且深入的本行业案例分析；
- (4) 提问互动，就案例进行启发式提问互动，挖掘背后可用的方法论；
- (5) 工具应用，课程中尽可能给学员能够直接应用的工具和数学模型；
- (6) 角色演练，刘老师给定具体场景和要求，现场进行角色扮演演练；
- (7) 复盘总结，课程结束时利用 1 小时进行学习成果总结，输出 SOP；

【课程大纲】（可根据具体需求进一步针对性微调大纲和案例）

第一部分：课程讲解互动

课程模块	课程内容
第 1 讲 公众号运营，构建企业私域流量池	(1) 定位准：明白公众号为用户提供什么价值 (2) 找话题：内容抓住用户的关注点和兴趣点 (3) 善娱乐：营销调性要兼顾娱乐性和趣味性 (4) 多借力：最好能借力整合资源或现有流量 (5) 巧创意：设计具有参与感的文案和活动内容
第 2 讲 公众号内容，立	(1) 善于站在行业的高度，体现出公司的前瞻性 (2) 提炼产品或服务的独特卖点（FABE）及价值 (3) 瞄准目标客户的利益诉求或当前关切的痛点

<p>意新颖凸显出亮点</p>	<p>(4) 激发客户的潜意识，创造出全新的服务需求 (5) 善于挖掘行业“内幕”，善于推陈出新为客户</p>
<p>第3讲 构思与布局，尽可能避免硬性广告</p>	<p>(1) 标题党，吸引眼球的3种标题写法 (2) 凤头：公众号软文开头的4种写法 (3) 猪肚：公众号软文正文的蒙太奇写法 (4) 豹尾：公众号软文收尾的5个技巧 (5) 视觉派，公众号软文排版的工具应用</p>
<p>第4讲 APP运营，五大关键决定推广成效</p>	<p>(1) 产品运营，APP推广的根基与价值点，爆品策略 (2) 内容运营，APP推广的纽带与润滑剂，减少硬广 (3) 用户运营，APP推广的核心与出发点，体验为王 (4) 活动运营，APP推广的手段与引爆器，娱购结合 (5) 数据运营，APP推广的参谋与指南针，精准营销</p>
<p>第5讲 用户运营，APP推广与营销的根基</p>	<p>(1) 用户画像，客群分类-APP用户的五层金字塔结构 (2) 价值法则，用户至上-APP用户运营的四大“价值锚” (3) 经典方法，点面结合-APP用户运维“四个一”模式 (4) 日常运营，持续优化-APP用户运营管理5425模式 (5) 口碑传播，复制裂变-APP用户价值变现与转化裂变</p>
<p>第6讲 活动运营，APP推广与营销的核心武器</p>	<p>(1) 有的放矢，精准营销-活动目的明晰、用户精准 (2) 活动策划，创意为魂-用户参与感和福利的设计 (3) 过程管理，活动营销时间节点控制1+2+1模式 (4) 整合营销，通过资源整合叠加流量降低运营成本 (5) 仪式感强，打造娱购结合的新体验推动口碑传播</p>

第二部分：总结复盘与团队共创 SOP

主题	详细内容	时间
分组讨论 本企业公众号及 APP 运营推广的方式方法与关键点梳理	<p>(1) 分组总结全部课程所学知识点、工具模型、案例启发</p> <p>(2) 围绕本企业公众号及 APP 运营推广的方式方法与关键点展开研讨</p> <p>(3) 各小组头脑风暴，每人提出不少于三条相关建议</p> <p>(4) 老师现场陪伴，小组如遇问题可随时和老师沟通</p> <p>(5) 组长总结汇总，汇聚小组群体的智慧形成团队共创文案</p>	0.5 小时 复盘 SOP
成果展示 PPT 汇报、点评、颁奖	<p>(1) 分组上台汇报，每组汇报 15 分钟，老师点评 5 分钟</p> <p>(2) 共创成果得分前三名、两天课程表现前三名现场授奖（成果奖、表现奖）</p> <p>(3) 集体合影，整理好教室清洁卫生，本次活动结束</p>	0.5 小时 汇报通关