

新媒体 APP 小程序营销实战秘籍

【课程背景】

艾瑞咨询断言所有企业都将电商化，传统行业电商化不是选择题，而是必选题！商业地产也都将电商化——“万达的天敌将会是天猫？”

网络流传着许多微营销的神话

微信营销卖水果，月收入能过 4 万！来自一群大学生，

微信营销卖板鸭，1 个月流水过八万！来自兼职的柴公子

微信卖黑枸杞，3 个月 100 万流水，全国发展代理商 200 家！-大雨

微营销 1 个月内，会员数从 30 万几何式增至 120 万！7 天连锁酒店

在短短 3 个月内吸引粉丝 105 万，网上订单暴增 15 倍！小米手机

3 周时间，仅“冰摇沁爽”一项产品销售额就突破 750 万！星巴克

30 天即吸粉 37 万，省去传统推广费用 1000 万！凯迪拉克微信策划心得

2022 年的双 11 全网累积销售额突破 11154 亿的目标，阿里巴巴集团和京东集团在美国和香港上市的红利，字节跳动抖音免费全程直播世界杯赛事，标志着电商已发展到 2.0 时代，无论您做与不做，互联网电商的渠道革命已经来临！

艾瑞咨询断言所有企业都将电商化，传统行业电商化不是选择题，而是必选题！商业地产也都将电商化——“万达的天敌会是天猫？”

鲜活案例：餐饮-星巴克、甘其食；服饰-鄂尔多斯、GXG、星期六、优衣库；百货：宝岛眼镜、银泰百货、屈臣氏；车品-别克汽车。

【课程对象】

企业董事长、总裁、总经理、部门总监、电商部门人员、营销系统人员

【课程时长】2 天（12 小时）

●课程收益：

- 创新渠道，用互联网创造全新的盈利模式
- 抽丝剥茧，把握线上线下发展的脉搏，解析微信营销本质与规律
- 解剖互联网思维的独孤 9 种模式和 20 法则，以行业属性为基础来设计网络盈利基因
- 通过大量行业案例与惯用法则，展示微信草根号与公众号的功能与价值，帮助企业进行量身定位

- 掌握微信公众账号推广的 14 种超“干”实操方法，指导商家通过手机端构建网络营销矩阵
 - 从零到万的增粉秘籍，以微带信，男人靠“摇”，女人靠“漂”，无活动不营销，全局在胸，制定微信营销规划。
 - 内炼心法，修炼网络营销内功，掌握微信营销的 6 大运营模式，独步江湖
 - 精准营销，微信营销方案的 6 项工作与 7 大内容格式，提高投资回报率（ROI），降低企业营销成本
 - 组建高凝聚力的微营销战队，制定和执行营销策划方案，亮剑于微营销时代
 - 博采众长，借鉴数百家 O2O 企业成功案例，学而师习之
 - 帮助企业借助移动端完成线上线下相结合的 O2O 营销达尔文式进化。
- 附件与工具：
- 微营销方案及素材分享
 - 多达数十家各大行业 O2O 的营销案例分享

● **课程大纲：**

- 一. **互联网的微营销时代下传统企业面临的机遇和冲击**
- 二. 1.剖析天猫、京东和微信对本地生活行业实体店的挑战
 案例：双 11 居然之家等家居卖场集体反抗
 2.线下品牌如何与网络互动并产生合力
 案例：双 11 银泰百货力促品牌线上线下一体化。
 3.线下体验商业模式实操案例
 案例：屈臣氏的运营特色
- 三. **解析碎片化时代之下连锁企业的用户行为**
- 四. 1.餐饮、休闲娱乐、美容、家具、鞋业、服装、茶叶、化妆品、家政、培训、租房租车、医院口腔、旅馆酒店、法律服务等连锁实体行业的现状和需求。
- 五. 2.微营销、本地化服务工具的变迁

- 六. 3.网络用户行为习惯的变化
- 七. 4.连锁企业怎么迎合和拦截移动用户的行为改变
- 八. **“独孤九剑”互联网思维和网络营销二十条实战法则**
 - 互联网思维第一式：用户思维 【小米案例分析】
 - 互联网思维第二式：简约思维 【海尔案例分析】
 - 互联网思维第三式：极致思维 【阿芙案例分析】
 - 互联网思维第四式：迭代思维 【360 案例分析】
 - 互联网思维第五式：流量思维 【QQ 案例分析】
 - 互联网思维第六式：社会化思维 【微信案例分析】
 - 互联网思维第七式：大数据思维 【银泰案例分析】
 - 互联网思维第八式：平台思维 【BAT 案例分析】
 - 互联网思维第九式：跨界思维 【快的打车 PK 滴滴打车案例分析】

四、全面解析微信草根号与公众号功能与价值

- 11.微信个人账号功能与价值演示
 - l 微信订阅号与服务功能与价值演示
 - l 公众号后台功能与操作演示
- 2. 微信统计功能的使用：用大数据拷问文案
 - l 微信后台数据统计之用户分析
 - l 微信后台数据统计之图文分析
 - l 微信后台数据统计之消息分析
- 3. 微信、来往的解析
 - l 微信、来往渐成犄角之势
 - l 微信有笑傲市场的理由：来往追不上微信
- 4. 体验微博 VS 微信，到底有什么不同
 - l 新浪微博时代的没落
 - l 微博 VS 微信，结果究竟如何
- 5.微信账号推广的 14 种方式
 - 1. 合作互推
 - 2. 微博大号推广
 - 3. 其他线上推广
 - 4. 小号带大号
 - 5. 基于 LBS 的推广
 - 6. 摇一摇
 - 7. 漂流瓶
 - 8. 线下推广
 - 9. 活动推广

- 10. 以号养号
- 11. 微博图片推广
- 12. 鱼塘互推
- 13. 社交应用的推广
- 14. 社区论坛方踪
- 6. 微信群矩阵的建立与推广手段
 - | 如何建立微信群与微信群矩阵
 - | 微信群的推广手段

五 微信营销六大运营模式

- 模式 1-互动许可式的推送模式
- 模式 2-陪聊的电台模式
- 模式 3-二维码模式详解
- 模式 4-男女屌丝的摇一摇
- 模式 5-基于位置为核心的 LBS
- 模式 6-充满商机漂流瓶模式

六 微商城与微官网操作心得

- 1. 当微信具备手机支付功能之后
 - 2. 微商城/微官网的功能模块与商业价值
 - | 品牌展示模块与商业价值
 - | 客户互动模块与商业价值
 - | 会员营销模块与商业价值
 - | 会员互动模块与商业价值
 - | 客户调研模块与商业价值
 - | CRM 管理模块与商业价值
 - 3. 微商城在各个行业的应用案例
- 案例和应用场景：餐饮、休闲娱乐、美容、家具、鞋业、服装、茶叶、化妆品、家政、培训、租房租车、医院口腔、旅馆酒店、法律服务

七 微信营销运营技巧篇

- 1. 粉丝破万 6 种武器
 - | 养粉武器 1: 定位
 - | 养粉武器 2: 内容
 - | 养粉武器 3: 活动
 - | 养粉武器 4: 游戏
 - | 养粉武器 5: 认证
 - | 养粉武器 6: CRM
- 2. 微信营销优秀案例赏析
 - | 水果微信营销案例-90 后的创业梦
 - | 餐饮微信营销案例-吉野家
 - | 家具微信营销案例-曲美家具
 - | 服装微信营销案例-ONLY

- | 汽车微信营销案例-凯迪拉克
- | 食品微信营销案例-哈哈镜
- | 教育微信营销案例-经典绘本
- 3. 微信营销失败的 4 大原因
 - | 失败原因 1：把微信当微博用
 - | 失败原因 2：推送节奏无规律
 - | 失败原因 3：图文信息太野蛮
- 4. 如何做好一份微信营销方案
- 快速制作微信营销方案大法
- 微信营销方案制定和执行素材分享
- 案例分享：某企业微信营销策划执行方案
- 5. 微信公众平台运营公式和团队搭建体系

八 微营销时代 O2O 营销及各大传统商业平台的本地化生活服务及应用

- O2O 之团购模式 （案例分享）美团、糯米、聚划算
- O2O 模式之传统零售与电商结合 （案例分享）世纪联华
- O2O 模式之线上聚合，线下展厅销售 （案例分享）
- O2O 模式之专卖店平台 （案例分享）
- O2O 模式之定制 （案例分享）时尚顾问
- O2O 模式之电子商务与传统媒体结合 （案例分享）南都
- O2O 在移动支付鲜活案例：餐饮-星巴克、甘其食；服饰-鄂尔多斯、GXG、星期六、优衣库；百货：宝岛眼镜、银泰百货、屈臣氏；车品-别克汽车。

I 结语：2023 年移动互联网的天下，电商的走向将是商务的电子化。