

**【课程设计逻辑】**

3天内，完成公司内部媒体人的“集结”，然后通过“一场活动策划”来实现“协同作战”。具体运营中心策划活动，制作相关的活动素材，由媒体人进行转发、分发，通过自己的媒体账号引流到“私域”，同时运营中心借由私域社群的裂变，同时裂变拉新至“私域”，在“私域”战场展开一场“快闪战”，战后，就私域的存量用户展开精细化的运营。完成整个的“公域+私域”的混域运营体系内一个运营周期的实战。

**【课程模块】**

**【模块一：媒体人集合】**

组建自媒体团队 3 小时（授课 1.5 小时+作业 1 小时+小组路演 0.5 小时）

内容	任务与产出
1. 企业MCN化，打造精英媒体单兵矩阵 (1) 招募——组织内和组织外如何招募达人 (2) 激励——点燃基层业务人员的梦想 (3) 培训——给他们能量，也要给他们方法 (4) 标杆——从众效应与标杆塑造 (5) 复制——经验内化到标准化复制 2.招募——组织内和组织外如何招募达人 (1) 组织与招募——组织内部与外部招募 (2) 招募令——图文、海报、短视频、PPT (3) 招募令的创作技巧——内部+外部 (4) 投放——让更多人看到招募令 (5) 收集与审批——招募门槛 (6) 招募周期——梯队计划和项目制 【案例】 ◇ 网易云音乐达人招募计划 ◇ Oppo小红书的招募投放计划 3.激励——点燃基层业务人员的梦想 (1) 激励的意义——发挥主观能动性 (2) 激励规则——等级权益积分任务系统 (3) 政策宣导——好政策也要讲清楚 (4) 行动激励——让大家动起来 【案例】 ◇ 今日头条达人激励计划 ◇ Exull 品牌招商激励大会	1) 设计撰写招募令 2) 完成首批种子自媒体团队的招募

**【模块二】设计一场活动，并向全体媒体人宣贯**

对自媒体团队展开赋能（授课 1.5 小时+作业：1.5 小时+晚上辅导 2 小时）

内容	任务与产出
1.赋能的内容 (1) 培训：个人IP打造、内容制作、平台运营 (2) 素材：内容的协助 (3) 活动：一定的活动策划支持和资源支持 (4) 工具：人人二维码、人人店、企业微信等 2.一场活动的整体策划赋能	1) 策划一场活动，并完成整体活动素材的制作 2) 明确一名培训师，制定培训计划，并就本次的活动做好活动说明。 3) 完成一场活动的素材制作

<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 活动策划</li> <li>(2) 活动预热</li> <li>(3) 活动推广</li> <li>(4) 活动引爆</li> </ul> <p>3.活动后的数据分析</p>	
--	--

**【模块三】打铁还需自身硬，运营中心需要强化内功。**

**打造自媒体标杆（强化个人赋能的内容）（授课3小时+晚上）**

内容	任务与产出
<p>1.个人IP定位与账号装修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 账号注册与养号</li> <li>(2) 账号定位与装修</li> </ul> <p>2.短视频内容创作</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 内容策划</li> <li>(2) 短视频拍摄</li> <li>(3) 短视频剪辑</li> </ul> <p>3.短视频平台运营的逻辑</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 内容分发</li> <li>(2) 平台运营的规则和玩法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) 完成相关的常规化培训体系</li> <li>2) 团队完成一个活动预热的短视频拍摄和剪辑</li> <li>3) 把内容进行下发</li> </ul>

**【模块四】号令一下，全员出动，引流至“私域”战场**

**全域引流私域（授课1.5小时+任务1.5小时+晚上）**

内容	任务与产出
<p>1.界定私域</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 企业微信</li> <li>(2) 企业微信群</li> <li>(3) 公众号</li> </ul> <p>2.自媒体人短视频账号引流私域的方法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 抖音快手账号引流私域部署</li> <li>(2) 视频号引流私域的部署及方法</li> </ul> <p>3.社群裂变</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 社群裂变的逻辑</li> <li>(2) 社群裂变方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.构建本次活动的快闪群</li> <li>2.尝试从抖快和视频号引流到快闪群</li> <li>3.借助社群裂变，快速引流</li> </ul>

**【模块五】时刻准备着，预备开启“闪电战”（授课1.5小时+任务1.5小时）**

内容	任务与产出
<p>1.活动前快闪群的准备</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 群内话术</li> <li>(2) 群内蓄势</li> </ul> <p>2.活动引爆：快闪群+直播带货</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 直播的准备</li> <li>(2) 直播技巧</li> <li>(3) 直播演绎</li> </ul> <p>3.数据分析</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.完成一期的直播带货</li> </ul>

**【模块六】打好“内部”优化的战役，做好私域的精细化运营 (授课 1.5 小时+作业 1.5 小时)**

内容	任务与产出
<p>1.私域精细化运营的原理</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 用户的生命周期理论</li><li>(2) ARPU值理论</li><li>(3) 个性化、差异化、场景化理论</li></ul> <p>2.设计私域的游戏化权益体系</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 会员等级与分类</li><li>(2) 游戏化任务与权益</li><li>(3) 权益驱动的核心要素</li></ul> <p>3.完善存量用户的兴趣标签体系 (公众号/企业微信)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 标签</li><li>(2) 兴趣标签定向</li><li>(3) 兴趣标签算法</li></ul> <p>4.基于特定存量用户策划具体的活动</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 存量用户的分群、分类、分层</li><li>(2) 特定用户群体的活动/服务策划</li><li>(3) 价值升级体系</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1.设计会员的游戏化体系</li><li>2.设计会员的标签体系</li><li>3.策划会员互动</li></ul>