

社群营销——销售业绩拉动与客户价值发掘

高云鹏老师

课程背景

随着移动互联网的普及以及消费者媒介接触习惯、购买习惯的巨变，营销环境发生了质变。如何借助移动互联网下“社群营销”这一高效的营销手段真正实现业绩拉动与客户的引流、依附、转化，成为了时下大多数企业营销团队亟待解决的问题。如何能让“社群营销”跳出“拉人头、发广告”的怪圈？如何能让社群营销低成本高效能的实现客户转化等一系列困扰企业营销团队的问题，将是本课程讲解的重点

课程收益

通过课程学习，全面认识、了解社群营销的真正内涵；掌握社群运营的基本功，从引流拓客、到群内互动、粘性塑造，到社群裂变拓展、再到成交转化等社群营销全流程、全景图学会适用于实操的实战方法论；通过社群营销升级，实现销售业绩与客户管理双向收益的增长

课程受众

企业中层管理者、营销部门相关负责人、储备干部、相关岗位的管理人员

课程大纲

一、社群思维与营销价值

1、社群营销的底层逻辑

- 社群到底是什么
- 社群营销的本质内涵
- 社群思维出发点

2、社群及社群营销的价值

- 社群存在的意义
- 社群营销的价值
- 如何打造一个“有前途”的社群
- 社群营销的三个核心问题

二、社群运营方法论

1、社群营销开始前必须考虑的5个W

2、社群营销的三个核心问题

3、四维解读社群运营的核心点

4、如何营造社群活力

- 群的生命周期
- 社群短命的七宗罪
- 社群活跃度与群发言比
- 社群运营三大抓手
- 社群活力的四个要素
- 高效的社群分工

5、社群粘性打造

- 社群粘性如何提升
- 群服务

6、社群互动方法

- 社群互动常用7种方法
- 不同群体的利益需求与关注点

- 案例分析：如何实现高效互动
- 7、社群裂变
 - 羊群效应
 - 顾客对一场营销活动的四种心理反应
 - 裂变逻辑的核心要素
 - 裂变海报
 - 社群运营的排兵布阵
 - 社群裂变方法论

三、社群营销转化（变现）

- 1、影响社群成交的因素
- 2、销售额从哪来
- 3、社群转化与场景成交
- 4、社群运营创造价值的核心公式
- 5、社群导流的六种技巧
 - 线下课/活动引流
 - 价值引流
 - 从身边开始引流
 - 微信群引流
 - 异业伙伴引流
 - 线上平台以及内容引流
- 6、社群转化三步走
- 7、社群成交的五种套路
 - 抛出问题，吸引顾客
 - 解决方案，专业分析
 - 产品卖点，核心塑造
 - 助销展示，案例场景
 - 下单引导，限时限量