

《新零售时代的线上运营与新媒体营销实战》

【课程模块】

策略篇：

- ☆ 互联网时代中的新媒体发展新趋势（微信、抖音、直播、小红书、视频号）
- ☆ 什么是新零售？为什么说传统的商业模式与营销模式正在被淘汰？
- ☆ 新零售模式的本质：线上 + 线下 + 连接一切
- ☆ 在新零售时代，我们如何将“中心化思维”升级为“连接思维”？
- ☆ 什么是移动互联网 O2O2O 模式？传统企业如何玩转 O2O2O 的销售闭环？
- ☆ 传统企业拥抱新零售模式必读：如何正确处理线上渠道与线下渠道的关系？
- ☆ 为什么说新零售的本质是“无时无刻的始终为消费者提供物超所值的内容”？
- ☆ 传统企业如何利用大数据平台做精准化营销？（线上精准化引流）
- ☆ 大数据经典案例：北京大悦城如何通过大数据实现管理创新？
- ☆ “互联网+”时代下，购物广场如何利用互联网元素做好场景化营销？
- ☆ 如何用抖音、视频号等高流量的社文化媒体打造一个网红门店？
- ☆ 什么是场景化营销？为什么说场景化营销=反向 O2O 模式？
- ☆ 新零售案例分享：商业地产、购物中心、线下门店如何做场景化营销？
- ☆ 一场优秀的场景化营销必须具备的五大核心要点
- ☆ 案例分享：口碑是如何诞生的？如何利用线上、线下场景制造口碑传播？
- ☆ 新零售时代的三大营销规律：创新为本，内容为王，体验至上
- ☆ 场景化营销实战篇：如何把二维码打造成营销利器？
- ☆ 顾客画像描述：85 后、90 后、95 后、00 后人群的典型特征定义
- ☆ 移动互联网时代的“1+4”自媒体营销矩阵
- ☆ 零售行业从业者必须学习的互联网思维的核心与精髓
- ☆ 案例：传统企业做好新媒体营销的“道-法-术-器”！
- ☆ 什么是活动营销策划的 6w+2h 法则？
- ☆ 什么是用户思维？我们如何培养用户思维？
- ☆ 如何发展种子用户和核心用户？如何深度挖掘用户的痛点和需求？
- ☆ 经典案例：一家购物广场如何借力“微信智慧零售”平台，实现口碑传播？
- ☆ 经典案例：虹悦城如何打造一款让顾客与商户都满意的 APP？
- ☆ 经典案例：七夕节，一家购物广场如何利用创意二维码赚足人气？
- ☆ 经典案例：广州正佳广场和宁波印象城如何利用微信互动功能提升顾客参与感？

- ☆ 案例分享：为什么说对于零售行业来说，线下渠道比线上营销更加重要？
- ☆ 案例分享：移动互联网时代的颠覆式创新

新零售与私域流量运营实战篇：

- ☆ 互联网平台的三种流量分发机制
- ☆ 什么是公域流量？什么是私域流量？
- ☆ 移动互联网时代，如何运营好私域流量？如何通过私域流量做裂变营销？
- ☆ 传统企业如何构建裂变型的私域流量池？
- ☆ 私域流量弱载体分析：公众号、小程序、APP、微博、抖音、快手、知乎、小红书。
- ☆ 私域流量强载体分析：朋友圈、微信群、企业微信。
- ☆ 私域流量经典案例：完美日记如何通过素人博主布局私域流量，打造品牌影响力？
- ☆ 私域流量经典案例：一家购物广场如何通过店长微信号链接顾客？
- ☆ 私域流量经典案例：一家门店如何通过社群活动打造消费者粘性？
- ☆ 微信私域流量六大产品的底层逻辑与运营法则：朋友圈、公众号、小程序、微信群、企业微信、视频号。
- ☆ 传统企业如何打造 1+4 的自媒体营销矩阵？
- ☆ 如何将微信打造成为用户身边的朋友？如何提升顾客的参与感和粘性？
- ☆ 全员营销实战：如何利用微信朋友圈推广产品和活动？
- ☆ 做朋友圈营销，如何成为一个文案高手？如何用一句话就把客人吸引过来？
- ☆ 朋友圈文案黄金结构要素：80%的生活话题+20%的产品广告
- ☆ 朋友圈爆款文案与选题技巧：与我相关、制造对比、满足好奇、刺激情绪
- ☆ 商场如何打造一个高粘性的会员微信群（仪式感、参与感、组织感、归属感）？
- ☆ 社群运营实操：我们每天在微信群中发什么内容才能让顾客不反感？
- ☆ 社群重要角色心理分析：意见领袖、领头羊、群网红、围观者与参与者
- ☆ 如何在微信群中制造话题？提升用户参与感和存在感？
- ☆ 实操：从 0 到 1，如何策划你的第一个裂变型社群？
- ☆ 视频号的底层运营逻辑深度分析
- ☆ 视频号与“抖快”平台的核心区别是什么？
- ☆ 为什么说抖音营销在内容，视频号营销在运营？
- ☆ 视频号的核心运营诀窍：社交冷启动，算法热推荐！
- ☆ 视频号的裂变营销实战：商业地产视频号裂变法之打卡裂变与积分裂变
- ☆ 私域流量全员营销工具介绍

抖音短视频营销与直播运营篇：

- ☆ 抖音营销的流量趋势、人群画像与变现能力分析
- ☆ 抖音视频得以被官方推荐的模式原理图解
- ☆ 传统企业和个人做好抖音营销需要掌握的5大核心技能
- ☆ 标杆学习法：向抖音运营高手借创意！
- ☆ 企业号抖音运营的三个原则：蓝V认证、直播、橱窗功能
- ☆ 企业如何通过抖音挑战赛提高曝光度？
- ☆ 案例：京东如何通过抖音挑战赛为“京东好玩节”吸到500万精准粉？
- ☆ 抖音快速增粉的三个诀窍：挑战，蹭热点，创意贴纸
- ☆ 自媒体短视频内容玩法的4个诀窍
- ☆ 抖音标题的文案类型分析：互动类、叙述类、悬念类、段子手类
- ☆ 传统企业做抖音营销的七大变现渠道分析
- ☆ 传统企业如何利用抖音信息流广告做创意内容营销？
- ☆ 抖音账号运营三大标签设定技巧：人设标签，内容标签，账号标签
- ☆ 利用“DOU+”功能快速增粉的三大投放技巧
- ☆ 抖音短视频的黄金发布时间法则
- ☆ 做好抖音短视频的三个高级拍摄技巧是什么？
- ☆ 从0到1，策划一条短视频的五大步骤
- ☆ 如何撰写抖音短视频脚本与创意文案？
- ☆ 大数据算法来告诉你，哪种十种类型的短视频最容易火？
- ☆ 短视频创造黄金七步法：账号定位、热门选题、首页封面、视频脚本、视频拍摄、视频剪辑、文案发布
- ☆ 抖快、视频号、小红书短视频流量算法推荐模型解析：从冷启动-用户反馈-智能推荐-叠加推荐-热度加权。
- ☆ IP优质内容三大要素：如何打造有趣、有用、好看、有料的爆款短视频？
- ☆ 关于抖音直播的四个核心操作技巧：器材、记忆点、频率与互动
- ☆ 直播营销的销售话术四步法
- ☆ 做抖音直播营销，如何设计一个爆款的标题和封面图？
- ☆ 如何设计一套完整的直播人员配置与分工计划表
- ☆ 抖音直播营销三运营实操法则：场景运营、内容运营与数据运营
- ☆ 抖音直播话术大全：欢迎话术、感谢话术、问答话术与追单话术
- ☆ 关于一场直播的数据运营与深度解读
- ☆ 抖音短视频与直播营销的敏感词与违禁词
- ☆ 案例：一家商场如何通过抖音挑战赛做短视频营销裂变？

案例篇：

- ☆ 营销案例：盒马鲜生如何用新零售思维打造线上线下一体化的生鲜电商？
- ☆ 营销案例：喜茶如何成为单店日流水超过 10 万的“网红店”？
- ☆ 营销案例：优衣库的“双十一”O2O 营销策略
- ☆ 营销案例：韩国零售业老二如何通过创意二维码完成对老大的颠覆？
- ☆ 营销案例：小米的 O2O 营销法则（雷军用了这三招就打造了线下渠道与官网、微博、微信的一体化营销体系，背后的秘诀是什么？）
- ☆ 营销案例：天友乳业如何通过重庆马拉松的跨界合作做裂变营销？
- ☆ 营销案例：格力如何通过 O2O 直播分销模式一天劲销 102 亿？

【标准课时】

2 天（可根据具体情况和学员构成，拆分为一天或半天的课程）

【授课形式】

讲师授课 + 案例分析 + 分组研讨