
《互联网营销颠覆式创新》

传统企业互联网转型系统实战落地课程

主讲：吴宝峰

【项目介绍】

攻城略地™项目是互联网社会化新媒体营销实战落地的培训咨询项目，吴宝峰老师根据为多家上市公司完成互联网新媒体营销转型的成功经验，颠覆传统营销模式，开创传统企业新媒体营销颠覆式创新的系统课程，并以企业教练方式赋能企业的营销人员，让企业的营销人员学会运用社会化新媒体营销工具，四两拨千斤做到用最小的投入创造最大的收益，最终帮助企业完成传统营销转型升级，打造学习型组织。

【项目价值】

项目价值——通过社会化新媒体营销落地教练赋能式培养，促进企业传统营销转型升级；

以新媒体营销赋能训练为基础

以实战教练技术辅导为促动

以打造学习型组织为目标

促进传统营销转型与升级

项目目标——通过教练式教学手段，打造优秀新媒体营销团队

【授课时长】 2-3 天 项目调研+项目授课

【课程大纲】

模块一：社会化新媒体营销颠覆式创新

- 1、互联网时代新媒体营销颠覆式创新
- 2、互联网营销颠覆传统营销的本质和逻辑（透析本质）
- 3、透析社会化新媒体营销（深刻理解互联网营销）
- 4、营销的本质与等级图谱（深刻理解互联网）
- 5、互联网社会化营销传播图谱（互联网社会化营销秘笈）

案例：逻辑思维、江小白、樊登读书会、酷客、小米

模块二：社会化圈层营销-打造全流程的用户体验

- 1、什么是圈层营销
- 2、如何理解社会化圈层营销
- 3、润田圈层营销用户群体分析
- 4、圈层下的 Value 价值
- 5、社会化圈层营销针对的项目策划
- 6、社会化圈层营销思路和逻辑
- 7、社会化圈层营销的执行细节
- 8、打造全流程的用户体验

实战作业：润田用户圈层用户价值设计

模块三：社会化圈层营销-内容营销

-
- 1、内容即广告，互动既传播
 - 2、有效沟通是内容传播的前提
 - 3、场景化是互联网营销的基础
 - 4、一个好编辑胜过 300 销售人员
 - 5、互联网营销内容制作：痛点、笑点、泪点、热点
 - 6、社会化新媒体营销 26 工具和 30 个传播渠道

实战作业：内容营销创意设计

模块四：社会化圈层营销-事件营销

- 1、何为事件营销
- 2、何为社会化新媒体事件营销
- 3、玩转低成本事件营销的核心
- 4、事件营销几种典型心理战术
 - 4.4.1、博同情
 - 4.4.2、放下身段走共鸣
 - 4.4.3、群众的审丑心理
 - 4.4.4、群众的媚俗心理
 - 4.4.5、群众喜欢观战的心理
 - 4.4.6、八卦绯闻引话题
- 5、制造事件营销过程中的社会化媒体传播

案例：杜蕾斯 陈欧体 凡客体

实战作业：品牌事件营销设计创意

模块五：社会化圈层营销-微信社群营销

- 1、微信群活动策划
- 2、微信群互动工具
- 3、社群营销的运营模式
- 4、如何用社群营销业绩倍增？
- 5、如何构建润田用户微信群
- 6、微信社群裂变的核心秘诀是什么？
- 7、微信社群营销 5 大步骤与 15 种方法

案例：微信社群营销过亿销量的玩法

模块六：社会化圈层营销-抖音短视频营销

- 1、如何构建抖音百万粉丝？
- 2、抖音疯狂涨粉的 23 种玩法
- 3、抖音吸引眼球的策划 15 种案例
- 4、抖音账号运营 6 大策略
- 5、抖音推广的数据算法与逻辑
- 6、品牌在抖音 IP 定位、文案策划、视频拍摄、账号运营、数据分析

实战作业：润田品牌抖音视频内容创意

模块七：社会化圈层营销-会议营销

1、会销策划：逻辑设计

7.1.1 引出主题：品牌塑造买点价值

7.1.2 用几个买点：3套理论论据+事实论据

7.1.3 顾客为什么相信：建立信赖感(素材、故事、真假)

7.1.4 用什么推导需求：付款理由(逃避痛苦、追求快乐)

7.1.5 怎么收款：让顾客非常清楚在哪里，或是怎么付款

7.1.6 要卖什么：产品明确、不能杂多

2、会前辅导：全体动员

7.2.1 成交辅导：成交关键因素解析、辅导

7.2.2 流程辅导：会务流程及关键点辅导设计

7.2.3 客户分析：客户分析、定向、课前铺垫辅导

7.2.4 会销团队：会销团队培训及会前启动

3、会销实施：有条不紊

7.3.1 “环境”解读：背景分析，痛点挖掘

7.3.2 “问题”呈现：面对的机遇与挑战

7.3.3 解决“方案”：基于面临的问题，给出的解决方案

7.3.4 “价值”塑造：解决方案中的关键要素的价值描述

7.3.5 “稀缺”机会：独特卖点、稀缺机会、支持政策

7.3.6 “成交”主张：成交方式及成交流程 8种成交方法

实战作业：产品会议营销流程设计

