

《线上营销与策划能力提升实战》

课程背景：

当下互联网时代的冲击，移动互联网的侵袭，信息泛滥，产品同质化更加竞争激烈，线下业务被不断压缩，营销面临大变革，为加快推进轻载化互联网渠道各项重点工作落地，确保年度运营指标达成，提升员工线上营销能力，南中心计划开展线上营销能力提升培训

课程亮点：

系统实战，步步高升

掌握新零售本质，基于数据资源，运用网络手法，实现销量裂变增长

课程成果：打造爆款产品、产品组合、深度优化

课程成果：品牌宣传文案、品牌促销活动策划案

研修模式

1. 学理论，知所以然
2. 剖案例，细节落地
3. 商业画布实战演练，借假修真
4. 小组讨论，组织共创，讲师指导更易落地

课程时间：

一天（6小时）总共两天

课程收益

互联网营销新战法=精准路线+原理方法+流程套路+实战招数

课程大纲

一、互联网常规运营

- 1) 真正爆品是怎样运作的
- 2) 打造爆品的逻辑
 - 如何预测一个爆品
 - 爆品团队的组成和人员架构
- 3) 爆品研发“黄金三角法则”
- 4) 21年火爆全网的爆款推广做法、品牌营销思路、媒介资源配比、流量链路建立等

二、营销策划站内外联合打法

- 1、什么的推广算好的推广
 - 1 什么是流量池？什么是流量池矩阵？
- ABC 三级流量池矩阵：

优先运营什么流量池？评估促达率与成本
如何将多个流量池进行相互运作与协同
 站外推广如何与站内营销结合
案例：外卖企业，如何运营流量池，提升复购率
案例：小程序线上商城，如何增大流量池
实战演练：画出电商产品的流量池模型

三、数据化运营

站内如何做到流量承接

- 1、转化率：转化用户数除以流量用户数
- 2、意义：衡量转化动作成效的关键指标
- 3、有哪些值得关注的转化率？
- 4、日活与留存率如何计算？
- 5、日活跃用户与月活跃用户
- 6、日活斜三角表看留存率
- 7、公式：销售额 = 流量 X 转化率 X 客单价 X 复购次数

6 实战演练与点评：应该如何提升产品的活跃与复购呢？

四、平台营销活动策划方法

- 1) 什么是好的营销策划。
- 2) 如何从 0-1 制定营销策划活动。
- 3) 平台玩法基础培训。
- 4) 经典的电商平台促销方案学习分享。
- 5) 电商平台如何提升销售占比

五、精细化运营

1、常见电商平台解析与对比

淘宝、京东、拼多多、云集

2、如何搭建本地社群，更好地促进卖货？

以每日一淘等社交电商为例

利益分享

关系维护

人员培训

标准话术

3、如何借鉴优点与保持差异化优势？

4、电商平台上什么样的商品好卖？高频、刚需、低值

5、如何做好选品？

深入理解用户需求

观察其他电商平台的销量数据

互动与点评：从商品池中选择 1 件你觉得不错的商品？并陈述理由

6、双十一电商运营

如何理解「双十一」的本质

双十一的运营策略

如何做好大活动的造势与预热？

促销方式的计算与选择

双十一的促销通知短信如何写

7、如何提高转化率？

影响转化率的因素

用户是否建立信任

流程是否简单

文案是否戳中痛点

产品需求是否强烈

优化转化率的常见方法

流程拆解法

强化痛点与卖点

增加信任背书

提供保障承诺

限时促销优惠

高转化率的精彩案例

提升 40 倍转化率的地推案例

互动与点评：奥特莱斯中有哪些影响转化率的因素？分别是提高还是降低？

8、老百姓喜闻乐见的文案是怎样的

卖点描述清晰

直击需求痛点

贴近生活场景

阅读轻松流畅

有张力又不浮夸文案

9、策略：写好文案的方向

产品并非最好/最便宜怎么办？

给用户一个全新的判断标准

写好促销文案的技巧

理解产品卖点

AIDA 文案模型

案例：淘宝优秀卖货案例解析

如何撰写朋友圈文案

如何快速制作一张吸引人的活动海报

不会 Photoshop 情况下，如何做图

工具使用：创客贴/图怪兽

海报制作的要点

10、工作坊实战演练与点评：

a. 选一个产品，为产品写一篇有吸引力的文案

b. 为即将到来的大促，做一个促销活动