

《全域新媒体运营训练营》

布局+团队+内容+活动的全流程

培训背景：

移动互联网时代下，企业如何抓住新媒体风口？如何深挖新媒体平台营销和宣传价值？如何高效精准触达目标用户？如何利用新媒体为企业营销开辟新入口？新媒体的发展迅猛，增量庞大，变化快速，传播主体在增多，传播门槛在降低，企业的新媒体营销似乎陷入僵局。只有开展精细化的新媒体运营体系，这样才能更好的抓取流量，获取客户，强化品牌。

培训目标：

取势：了解新媒体、新商业业态，拥抱新媒体运营思维

明道：把握新媒体运营系统的整体规划路径和架构设计

得法：掌握新媒体运营系统各种类别的营销模型和策略

优术：熟练运用新媒体运营系统各种类别的落地实施工具

培训形式：

结合新媒体、新商业业态的规律与逻辑，通过理论讲授和案例解析相结合的方式进行；

采用方法+工具+实操的形式，以理论思维导入，以策略方法讲授，以工具实操落地，实现方法可掌握，工具可运用的目标。

培训对象：

企业市场营销部门、品牌宣传部门、新媒体部门以及对新媒体感兴趣的人员

培训时间：

2—3天

培训大纲

第一模块：新媒认知——新时代下新认知方有用

- 1、新媒体的发展规律与产品逻辑
- 2、新媒体的趋势与企业新媒体现状
- 3、企业新媒体的战略价值
- 4、企业新媒体的误区

第二模块：新媒布局——企业新媒体战略布局与顶层设计

- 1、企业新媒体战略体系规划与设计，借鉴创新
- 2、企业新媒体战略运营管理，思维转变
- 3、企业新媒体战略定位与规划路径
- 4、新媒体平台的全系解码
- 5、企业新媒体矩阵构建原则与策略

实操：企业新媒体战略规划设计与新媒体矩阵构建

第三模块：运营思维——构建新媒体运营思维与工作方法

- 1、新媒体运营团队能力解码
- 2、新媒体运营的六大核心思维
- 3、新媒体运营的四种工作方法

实操：新媒体运营工作方法演练（四选一）

第四模块：团队运营——企业新媒体运营团队的组建与管理

- 1、企业新媒体运营团队规划与岗位设计
- 2、企业新媒体团队的工作流程设计
- 3、企业新媒体团队的绩效模型设计

4、企业新媒体人员的招聘路径与选用

实操：设计企业新媒体团队的架构

第五模块：运营体系——企业新媒体的内容规划与架构

- 1、新媒体内容的传播路径与风向
- 2、企业新媒体数据分析与内容迭代
- 3、企业新媒体内容架构规划设计
- 4、企业新媒体的内容 IP 打造路径

实操：建立企业新媒体内容架构

第六模块：用户运营——构建用户定位，获取、留存、激活系统

- 1、用户定位于用户需求挖掘
- 2、构建用户画像模型的路径
- 3、种子粉丝用户的获取策略方法
- 4、用户激励体系的规划设计
- 5、用户分层管理与激活

实操：构建设计用户激励体系

第七模块：渠道运营——找对地挖对坑建管道

- 1、全网新媒体平台的深度解码
- 2、新媒体矩阵构建原则与策略
- 3、新媒体市场推广与广告投放
- 4、线上线下渠道新融合策略

实操：构建企业新媒体运营矩阵模型

第八模块：账号运营——好名字要吸睛抓人心

- 1、新媒体账号的命名误区

- 2、新媒体账号的命名策略
- 3、新媒体账号的IP人格化
- 4、新媒体账号的定位策略

实操：设计企业新媒体账号

第九模块：内容运营——内容即产品，内容即营销

- 1、新媒体内容定位于内容IP打造
- 2、新媒体内容生产体系的构建规划
- 3、新媒体内容设计的情趣用品原则
- 4、新媒体内容选题策划原则

实操：构建企业新媒体内容生产体系

第十模块：活动运营——利用新媒体吸粉获客路径

- 1、新媒体常用的三种活动运营解码
- 2、新媒体活动运营的流程设计
- 3、如何设计新媒体活动运营策划方案
- 4、活动创意落地关键与活动执行

实操：设计一个企业新媒体活动策划案