

项目背景：



在互联网、移动互联网、新媒体等新兴技术的快速发展下，给银行业带来了新的挑战和前所未有的新机遇，利用新媒体来培养银行从业人员的 IP，成为商业竞争新浪潮中不可或缺的稀有资源。

众所周知现在的话语权从单一的银行企业品牌转向具备专业的银行从业人员个人

IP，从大众场景转向具备网络影响力的个体，具备网络影响力的银行从业人员的价值越来越

大，从而通过

人员提升银行

务、内容带货、实现客户银行共赢，来适应新商业生态，不断变革迭代、赢得新市场。

项目目标：

取势：了解新商业业务、产品、用户的变化规律与趋势

明道：把握适合银行业专属从业人员 IP 的规划路径与设计关键

得法：掌握打造行内银行从业人员 IP 的各项策略和模型

优术：熟练运用打造银行从业人员 IP 的各项落地实施工具方法

项目优势：

结合新商业业态、移动互联网变化规律和发展趋势，通过理论讲授和案例解析相结合的方式
进行；

银行人超级 IP 打造工作坊

3 天培训+5 天辅导

拥有 IP 的银行从业

品牌、推广本行业

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。

师资优势：阿里职业电商+直播运营+幕后操盘手领域培养基地培训专家

形式优势：培育孵化式：理论、案例学习+实战操作演练；

核心能力提升：新媒体运营+内容电商+直播操盘运营

- 1、新媒体的IP运营策划能力
- 2、内容电商和内容运营操盘能力
- 3、直播电商场景综合操盘能力
- 4、团队搭建与管理能力
- 5、数据分析与优化能力
- 6、目标策略设计能力
- 7、趋势机会洞察能力

从基础提提升：内容电商运营+短视频、直播新场景运营专家（操盘手）能力模型

项目适合人群：

分行、支行、网点各部分团队管理者、理财团队、对公团队

项目执行内容：

理论、案例学习大课学习阶段	
时间	内容
第一天 上午	第一模块：新商业业态——IP时代的商业变革 1、企业与用户间的业态 2、产品与用户间的业态 3、内容与用户间的业态

	<p>4、个人与用户间的业态</p> <p>第二模块：IP 起源——源于个人忠于文化</p> <p>1、网红、个人品牌、IP、超级 IP</p> <p>2、超级 IP 的认知</p> <p>3、超级 IP 的阶段发展路径</p> <p>4、超级 IP 的模型"</p> <p>第三模块：商业价值——个体价值将无限放大</p> <p>1、银行从业人员的商业模式构建</p> <p>2、银行从业人员 IP 的商业价值</p> <p>3、银行从业人员 IP 的对外价值</p> <p>4、银行从业人员 IP 的对内价值</p> <p>实操：构建自己的 IP 商业模式</p>
下午	<p>第四模块：战略管理——无战略不执行无管理难成事</p> <p>1、银行从业人员的 IP 战略目标卡</p> <p>2、银行从业人员的知识管理体系</p> <p>3、银行从业人员的精力时间管理</p> <p>4、银行从业人员的人脉圈层管理</p> <p>实操：设计自己的 IP 战略目标卡"</p> <p>第五模块：系统定位——一眼难忘从此迷恋</p> <p>1、银行从业人员找准自我定位的策略方法</p> <p>2、银行从业人员的标签管理</p> <p>3、银行从业人员的人格化管理</p>

		<p>4、银行从业人员的视觉锤预言钉</p> <p>实操：构建自己的定位模型"</p> <p>(布置第一天作业)</p>
第二天	上午	<p>第六模块：势能传播——引爆银行从业人员 IP 的路径</p> <p>1、势能传播的平台解码</p> <p>2、势能传播的矩阵架构</p> <p>3、势能传播的策略方法</p> <p>实操：构建自己的势能传播模型</p> <p>第七模块：修炼内功——深基石才能后薄发</p> <p>1、刻意练习，提升自我能力</p> <p>2、提升认知，高认知才有高价值</p> <p>3、塑造网感，紧追时代前沿</p> <p>4、先声夺人，提高自我表达力</p> <p>实操：设计自我内功修炼的提升模型与路径"</p>
	下午	<p>第八模块：内容价值——让内容为自己赋能</p> <p>1、内容价值的模型设计</p> <p>2、内容产出的思维与路径</p> <p>3、成为爆款内容的策略方法</p> <p>4、如何持续输出好的内容</p> <p>实操：构建自己的内容价值模型"</p> <p>第九模块：扩大影响——让影响力助推超级 IP</p>

		<p>1、信任背书，用三方来推广自己</p> <p>2、跨界合作，用融合来跨越圈层</p> <p>3、社群构建，用群体来价值裂变</p> <p>4、产品设计，用产品来持续延伸</p> <p>实操：找到一个自己可以实现扩大影响力的点并规划实施路径"</p> <p>(布置第二天作业)</p>
第三天	上午	<p>第十模块：长线产出——快速构建自己的 IP 选题库</p> <p>1、内容创作选题的误区</p> <p>2、爆款选题的五个维度，快速确定方向</p> <p>3、卖产品、强品牌不同目标的选题模型</p> <p>4、构建内容创作选题库的路径与策略</p> <p>实操：构建自己的 IP 选题库</p> <p>第十一模块：热点借势——造势不如借势，借势不当不如不试</p> <p>1、如何发现热点，建立热点库</p> <p>2、情感链接，让产品、创意、用户成为热点引擎</p> <p>3、追热点的万能模型</p> <p>4、刷屏级热点背后的六大创意模型</p> <p>实操：找出一个适合自己的热点进行热点创意</p>
	下午	<p>第十二模块：海报创作——能裂变传播可高效转化的海报创作</p>

		<p>1、海报创作的常用工具介绍</p> <p>2、常见的海报类型解码</p> <p>3、海报创作的设计流程与设计原则</p> <p>4、海报创作的设计策略与设计技巧</p> <p>实操：设计一至两款不同类型的海报</p> <p>第十三模块：H5 创作——击中用户要害达到创作目的</p> <p>1、H5 创作的常用工具介绍</p> <p>2、常见的 H5 类型解码</p> <p>3、H5 创作的设计流程与设计原则</p> <p>4、H5 创作的设计策略与设计技巧</p> <p>实操：设计一至两款不同类型的 H5</p> <p>(布置第三天作业)</p>
--	--	--

实战操作演练、自运营长效机制辅导阶段

时间		参与人群	辅导内容
第四天	上午	讲师、相关领导	<p>1、分析本次培训名单意愿最大和适合人群</p> <p>2、建立长效监督管理机制与负责人人选、责任划分</p>
	下午	讲师、学员、相关负责人	<p>1、启动大会</p> <p>2、头脑风暴和个人 IP 定位，建立个人品牌系统规划</p>

			<p>(人数较多需延迟晚上时间)</p> <p>3、点评学员表现</p> <p>4、布置作业</p> <p>5、回答大家疑问</p>
第五天	讲师、学员、相关负责人	<p>1、从零运转到实操阶段</p> <p>2、日常素材准备、发布规划、活动参与、日常互动</p> <p>3、新手如何进行养号规划</p> <p>4、如何创作优质短视频</p> <p>5、如何提升作品品质</p> <p>6、点评学员作品表现</p> <p>7、布置作业</p> <p>8、回答大家疑问</p>	
第六天	讲师、学员、相关负责人	<p>1、如何上热门</p> <p>2、快速涨粉秘诀</p> <p>3、避坑指南（规则学习+工具应用）</p> <p>4、抖音的赚钱模式</p> <p>5、抖音运营的基本三步骤</p> <p>6、上推荐（数据分析能力、创优品、出爆品能力）</p> <p>7、抖音日常运营法则</p>	

		8、点评学员作品表现 9、布置作业 10、回答大家疑问
第七天	讲师、学员、相关负责人	1、抖音直播开播流程 2、抖音直播预告、预热设计 3、抖音直播间场景搭建 4、抖音直播设备使用（手机、灯光、声卡、电脑） 5、抖音直播间的开播话术技巧 6、抖音直播间的粉丝引流 7、抖音直播的数据复盘 8、点评学员表现 9、布置作业 10、回答大家疑问
第八天	讲师、学员、相关负责人	1、微信账号的个性化设计 2、微信朋友圈的发布规划 3、微信朋友圈的活动设计 4、微信好友的标签化管理 5、微信视频号的运营 6、微信群的经营 7、点评学员表现 8、布置作业

		9、日后社群线上回答大家疑问
--	--	----------------