

# 《新消费业态下，企业如何借力互联网社群与圈层新营销破圈》

讲师：徐汉强

## 【课程背景】

三年疫情，促成了后疫情时代的“新消费、新业态、新商业”之格局，又遇全球性消费通缩之影响，使得新营销、新思维模式顺势而生，推动了商业领域传统营销模式的失效，取而代之的是数字化新营销体系，其中互联网社群与圈层新营销成为众多企业深入学习与探究的主要营销方式之一。白酒企业如何借助社群与圈层新商业思维进行破圈，来实现经销商与厂家共同盈利持续增长，将成为新常态。

## 【课程收益】

- 思维模式转变：打破传统营销思维模式，从传统思维到用户思维的升级转变，对社群与圈层新营销的势能形成深入认知。
- 实效运营：通过生动的方法工具呈现、案例分析研讨、现场互动 PK，形成知行合一的学习闭环，帮助学员寻找社群与圈层新营销的创新基因，帮助学员如何借助移动互联网、新媒体、社群等手段形成 IP 和用户建立链接，并在实际业务场景中的运用，达成销售、提升业绩。

## 【课程特色】

课程条理清晰、工具实用、案例精彩，实战性强，讲授深入浅出，通俗易懂。

## 【课程对象】

企业中高层、各业务模块团队成员、营销团队成员、市场推广人员

## 【授课形式】

讲师讲授+案例分析+分组研讨+团队 PK+讲师点评+现场答疑等方式

### 【课程时长】

2 天（6 小时/天）

### 【课程大纲】

#### 一、2023 年新消费、新业常态下，用户消费的 5 大变化

- 1、三年疫情，给人们带来了什么
- 2、用户消费的五大变化
  - 1) 居家消费，偏好线上
  - 2) 种草消费，趋向理性
  - 3) 悦己消费，关注健康
  - 4) 体验消费，沉浸其中
  - 5) 场景消费，找存在感

演练：请各小组讨论--列出您所负责区域内消费者对白酒的消费变化。（5 分钟）

#### 二、新商业环境下，传统企业互联网营销升级的六大痛点

- 1、观念问题
- 2、机制问题
- 3、人才问题
- 4、财务体系问题
- 5、产品问题
- 6、模式与策略问题

#### 三、新商业环境下，传统合作商的七大困惑与瓶颈

- 1、渠道发生巨变

- 2、上下游要求提升
- 3、模式单一落后
- 4、名品代理机会锐减
- 5、观念陈旧 创新不足
- 6、传统营销 服务不够
- 7、多品多牌 投机心理

演练：请各小组讨论--列出您所负责区域内合作商的困惑与瓶颈。（5分钟）

#### 四、传统社群营销的九大误区

社群营销的九大误区分析

#### 五、企业如何借力互联网社群与圈层新营销破圈

- 1、搭平台：换观念、改机制、调组织，开辟新渠道，升级新商业模式。
  - 1) 一把手工程--“换圈子、改观念”策略
  - 2) “平台+小组织”新型创客式组织结构策略

案例分析：山东某酒业集团抖音直播创客模式

- 2、建纲领：规划社群、精准定位、建章立制，规范社群与圈层运营体系
  - 1) 做定位、做垂直

案例：樊登读书会的定位

演练：分别用一句话描述社群的定位、一段话来描述社群的核心优势。（5分钟）

- 2) 建制度、做分工

案例1：从某城市“火爆全网”的背后，看一座城市背后的商业逻辑

案例2：中国酒业论坛·严格的运营机制与管理章程简析

演练：请各组研讨编制社群的管理规章与分工计划。（5分钟）

### 3、塑 IP：垂直发展，打造明星产品，做细分领域的超级 IP

#### 1) 打造明星产品 IP 的“4 让”原则

#### 2) 打造超级 IP 的“8 步法”+案例分析

#### 3) 超级品牌 IP 公式

案例：最新案例分析

### 4、做运营：建场景、聚铁粉、做内容，激活社群粉丝池

#### 1) 建场景：发现新场景---消费嵌入场景，场景触发消费

案例 1：从行业外的案例，看白酒消费场景逻辑

案例 2：某白酒新消费场景与圈层营销简析

演练：小组头脑风暴，列出你能想到的“好场景”，派代表分享。（15 分钟）

#### 2) 聚铁粉：

社群与圈层“111 种子法则”+目标客群分析+社群管理“二六二”原则

案例：某品牌“做透 1 店，做爆 1 域”式社群招商模式，看白酒招商逻辑

#### 3) 做内容：抖音生态下，如何做好内容

线上：利用抖音本地生活，策划百城千店老板娘线上直播活动

线下：重视线下活动+场景占领的四大要诀

案例：某酒品牌醉美老板娘 PK 活动，看白酒新营销逻辑

演练：小组群策群力，列出你能想到的“好内容”，派代表分享。（15 分钟）

#### 4) 留忠粉

客户社群化管理必须遵循的“七化”策略方法论

管理社群与留忠粉必须遵循的“六感”策略方法论

### 5、做放大：做推广、做体验、链传播，树明星、扩影响、提黏性

#### 1) 做放大的基本逻辑：4P 皆传播+树人物 IP、培养 KOL/KOC+分享即传播

## 2) 传播互动四大要诀：

案例：李渡“沉浸式体验”社群圈层模式简析

演练：小组研讨，模拟出新的社群圈层模式，派代表分享。（15分钟）

## 6、做跨界：向跨界要渠道，引进来、播出去，做大圈层。

做跨界的四大核心要诀：

1) 向跨界要渠道

2) 向场景要销量

3) 向渠道要主推

4) 向体验要黏性

案例：某白酒 & 某精酿啤酒“骑侠创酒庄”

演练：小组研讨，按四大核心要诀进行商业策划，派代表分享。（15分钟）

## 五、社群与圈层新营销破圈的四大基本法则

1、社群运营的“四感”+“四化”分析

2、社群结构的六大核心要素

3、社群价值的九个输出办法

4、社群复制的三个关键点

案例：实时最新案例分析

## 六、社群与圈层新营销的八个中心与价值转化“35字口诀”

1、社群与圈层新营销的八个中心简析

2、社群与圈层新营销一定要格外注意这“八个关键词”

3、社群与圈层新营销的“八好原则”

4、社群与圈层新营销的价值转化“35字口诀”

案例：实时最新案例分析

小结：

- 1) 互联网社群与圈层新商业的核心思维逻辑是什么
- 2) 社群与圈层矩阵管理实战要诀及一些合理化建议