

《全域新媒体运营系统工作坊》

培训背景：

据中国互联网信息中心数据显示，截至 2022 年 6 月，我国手机网民规模达 10.47 亿，较 2021 年 12 月增长 1785 万，网民使用手机上网的比例为 99.6%。

移动互联网时代下，新媒体成为企业对外做品牌宣传、营销活动以及引流获客的重要工具和载体，越来越多的企业开始重视企业新媒体的全域运营，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。

新媒体以内容为王，以内容作为关键的传播载体，企业如何创作出适合新媒体传播规律、打动用户内心、达到企业新媒体运营目的的内容，成为企业必须要关注和思考的话题。

培训目标：

取势：了解新媒体运营的底层逻辑和运营规律

明道：把握企业新媒体运营的整体规划路径和设计思维

得法：掌握企业新媒体运营的全系运营模型和策略

优术：熟练运用企业新媒体各种运营的落地实施工具

培训形式：

结合移动互联网新媒体平台的规律与趋势，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。

采取线下集中培训+实地实操演练+线上社群辅导的方式。

培训对象：

企业新媒体运营相关人员以及辅助新媒体运营的相关部门人员

培训时间：

5—7天（6H/天）

培训大纲：

导入部分——新媒认知

第一模块：数字化时代下的新媒体认知

- 1、新媒体给我们带来哪些改变
- 2、新媒体的发展规律与产品逻辑
- 3、企业新媒体的战略价值
- 4、企业新媒体的误区

第一部分——战略布局

第二模块：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

实操：新媒体战略布局

产出：新媒体战略规划

第三模块：利用新媒体给企业品牌赋能

- 1、新媒体赋能企业品牌的路径
- 2、品牌人格化模型，有味品牌得人心
- 3、品牌画布科学升级品牌心体系
- 4、品牌定位策略，快速构建品牌信息屋

实操：利用品牌画布构建品牌心体系

产出：品牌 IP 传播流程体系

第四模块：利用新媒体如何实现盈利增长

- 1、企业新媒体常见的盈利模式解码
- 2、且新媒体盈利路径规划与设计
- 3、利用新媒体构建企业品牌私域流量

实操：设计企业新媒体的盈利路径

产出：新媒体盈利路径规划

第五模块：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：新媒体团队架构、

产出：新媒体团队架构、新媒体团队的管理机制

第二部分——运营规划

第六模块：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

产出：新媒体运营流程 SOP

第七模块：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

产出：用户分析报告、用户激励体系

第八模块：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玩法

产出：三阶段新媒体矩阵

第九模块：好名字要吸睛抓人心的账号

- 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

产出：新媒体账号体系

第三部分——运营体系

第十模块：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

产出：内容生产体系

第十一模块：新媒体活动运营吸粉获客路径

- 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

产出：线上线上结合的活动方案

第十二模块：数据会骗人，找到数据背后的真相



- 1、新媒体数据统计的核心原则
- 2、新媒体数据分析策略与方法
- 3、通过数据复盘，改进迭代各项运营
- 4、数据抽样调查与数据图表绘制

实操：通过数据复盘，找到三项运营改进迭代点

产出：数据复盘流程 SOP、运营优化报告

第十三模块：企业新媒体危机公关体系规划

- 1、新媒体时代舆情的传播路径
- 2、新媒体危机公关的核心原则
- 3、新媒体危机转换的关键要素
- 4、企业新媒体危机公关体系设计

实操：企业新媒体危机公关体系设计

产出：新媒体危机公告流程 SOP

@本课程内容模块可以进行拆分，定制培训

©本课程内容由李明杰独立开发，拥有版权

李明杰

资深新媒体领域导师

互联网化转型升级操盘手

IP 策划运营操盘手

中国老年学和老年医学学会

文化和旅游分会 运营部主任

北京职工教育协会文化产业促进会 副主任

中国企业短视频大赛 评委导师

研究领域一：

传统企业互联网化转型与升级，互联网时代传统企业商业模式与顶层设计重构，互联网化转型升级的战略布局与实施落地。

研究领域二：

移动互联网时代下，全域新媒体运营与营销的品效模式，短视频+直播的新营销新商业模式，私域流量与私域经营重构新用户资本模式，企业如何进行全域新媒体战略规划和运营实施，达成品效合一的目标。

研究领域三：

超级 IP 系统的打造，企业家、创业者、经理人如何提高个人品牌和个体价值，如何将个人 IP 与企业 IP、产品/服务 IP 相互链接形成商业 IP。

研究领域四：

文旅产业创新营销与农村电子商务，文旅产业、项目与文化、文娱产业如何相融合，文旅产业、项目如何进行创新营销，提升运营、服务、客群；农村电商运营，县域电商，电商扶贫。

主讲课程：

训练营：《全域新媒体运营训练营》、《短视频品效合一训练营》

《短视频+直播达人训练营》、《私域经营训练营》

《超级 IP 系统打造训练营》、《内训师线上培训提升训练营》

工作坊：《全域新媒体营销系统工作坊》

《短视频品效运营系统工作坊》《直播电商与主播达人工作坊》

陪跑营：《抖音电商孵化陪跑营》《全域新媒体孵化陪跑营》

定制课：更多新媒体领域内容可根据需求定制课程，欢迎咨询！