

《零门槛助力企业数字化增长》

腾讯企业微信官方版权课

一、课程前述：

在今天不确定性的的大环境中，有一件事是确定无疑的那就是企业的数字化转型和升级，过去，数字化是为了让企业活得更好，今天，数字化是企业活下去的关键，也是任何企业都绕不开的必由之路，任何一个企业都需要进行数字化的重构，任何一门生意都可以借助数字化重做一遍，业务需要数字化：赋能销售、运营私域……管理需要数字化：敏捷协同、组织提效……

今天多数企业在业务增长与管理提效上遇到的难题：

1、对外业务增长：

- 公域流量太贵，私域应该怎么？
- 私域眼花缭乱，本质是什么？
- 私域需要简单快速上手？
- 私域用户经营多久才能见效？

2、对内管理提效难题：

- 新生代员工越来越不好管，怎么办？
- 组织机制僵化死气沉沉，如何解？
- 沟通壁垒内部协同应该如何入手？
- 时代变了，外部共生系统如何打造？

《企业微信增长课》通过四大模块，以“实战经验萃取和 100+精选企业新增长案例”相结合的方式，输出企业微信对于私域运营以及敏捷管理方法论和工具。通过以下 2 个核心方面来解决今天企业发展的实际问题：

- 1、「以客户为中心」的业务增长：一套完整的私域运营的逻辑以及 100+私域实战案例拆解
- 2、「基于敏捷协同」的组织提效：一个敏捷管理的打造规划，形成内部协同与外部共生的完整闭环，打造个体自驱力，提升组织创新力。

二、课程学习收益

1、获得一套可以落地的数字化增长方法

本门课程的核心在于数字化营销，利用企业微信工具理清企业私域现状；帮助企业掌握一套基于企业微信实践案例的私域增长方法，促进业绩增长；学习企业微信敏捷管理的实操打法，促进企业迈向敏捷。

2、复制一套数字化私域增长及管理地图

可以快速在企业部署一套“对外私域营销、对内敏捷管理”的增长地图；让业绩提升有迹可循，让管理协同有法可依。

3、学习一批企业数字化营销和管理实操案例

课程内容源于企业微信服务过的 80%中国 500 强企业数字化增长经验萃取，找到对标客户，学习成功过程。

4、变革一种数字化升级理念

数字化不是巨额投入的大企业专利，任何组织都可以随时启动数字化的经营和管理，借助企业微信等平台 and 数字化智能软件工具，实现零门槛、低成本迈向数字化，实现企业升级发展，快速突破。

5、链接一批高价值资源

通过课程融入企业微信及其客户生态，链接各行各业资源，增强企业核心竞争力，降低对人的依赖。

三、学员对象：董事长、总裁、总经理、营销总监

四、适用的行业：电商互联网业、商贸业、服务业、终端连锁业、生产制造业及需要数字化营销转型及数字化管理的各行业企业

五、课程大纲

第一模块：增长逻辑——数字化时代下的企业增长逻辑

一、当下老板和管理者面临的两难境地

- 1、对外如何逆势增长？客户在哪里，经营就在哪里！
- 2、对内如何敏捷管理？传统的管理模式和方法可能失效！

二、逆势增长经典案例

- 1、SHEIN，神秘独角兽的经营秘诀
- 2、洲明科技，冬奥会大放异彩背后的那些事儿

三、逆势增长的两大法宝

- 1、能够逆势增长的共同特征有哪些？
- 2、外部私域经营与内部敏捷提效

第二模块：私域增长——以客户为中心的私域增长打法

一、私域认知破局：你所理解的私域可能是假私域！

- 1、从以企业为中心到以客户为中心
- 2、私域经营的 4 大价值：

- 让用户长期可触达
- 让用户成为自由客户资产
- 低成本甚至是免费的流量获取
- 是长期可转化和经营的

二、私域顶层设计画布

1、商业价值定位：私域能帮我的生意解决什么问题

- ◇ 案例 1：海门鱼仔
- ◇ 案例 2：索菲亚

2、用户价值定位：你能为你的客户提供什么价值

- 如何打造贴心服务（售前售后、增值服务、超预期服务）
- 什么行业适合做专业内容
- 什么才是真福利：正面典型与反面典型对比

3、私域是长期主义还是短期目标？私域要多久才能见效果

- 私域需要投入多久（3 天、15 天还是 1 个月）
- 如何评估自己的私域效果（GMV 是唯一指标？）
- 私域效果评估三个维度：过程性指标、阶段性效果、投入产出
- ◇ 案例 1：百果园——500 万私域会员+100 万月新增企微好友
- ◇ 案例 2：天虹——57000+社群+30 亿销售额
- ◇ 案例 3：五菱宏光
- ◇ 案例 4：云启珠宝

4、私域经营核心问题解决：渠道不配合怎么办？

- 如何公域引导私域，私域反哺公域？
- 如何通过私域让每个渠道都赢得增量？
- ◇ 案例：母婴用品公司——“要么转粉，要么转岗”

5、私域经营核心问题解决：员工不积极怎么办？

- 如何做到全员参与并乐于参与？
- 五步帮你解决团队私域经营势能
- ◇ 案例 1：服装店导购——一天开了别人一周的单
- ◇ 案例 2：珠宝店如何分销钻戒调动导购
- ◇ 案例 3：总部直接设置好活动

6、构建三大能力，落地私域经营版图！

- 团队搭建：什么人？多少人？什么目标？
- 私域搭建是 CEO 工程：谁来牵头做私域？共识会如何开？
- 私域选品能力：各行各业如何选择产品做私域？

➤ 明明有大量好商品，却卖不动，问题究竟出在哪儿？

三、私域落地实践四步流程

1、私域运营核心工具如何选择？

2、如何构建自己私域运营的超级底盘

3、私域获客的 16 项有效秘籍

- 5 种私域 IP 人设
- 4 大获客引流神器
- 1 个场景设计思维
- 3 个高效获客利益点
- 3 招激活沉睡用户
- ◇ 案例 1：周大福
- ◇ 案例 2：樊登读书
- ◇ 案例 3：瑞幸咖啡
- ◇ 案例 4：刘润
- ◇ 案例 5：胖子龙虾
- ◇ 案例 6：宝岛眼镜

4、做好私域运营的利器

- 三类重点高价值客户运营（超级 VIP、重点培养客户、核心促活客户）
- 2 大分层运营利器
- ◇ 案例：塔莎花园

5、私域高效成交法则：打造个人 4 大成交系统设计 3 个私聊话术

- 6 步社群轻松成交
- 策划 3 类成交活动
- 朋友圈内容 5 大秘诀
- ◇ 案例 1：乐凯撒
- ◇ 案例 2：百果园

6、私域管理工具大全：只有 2 种私域搭建工具，一种是企业微信，一种是其他

- 运营数据管理：统计功能
- 客户资产管理：离职继承
- 导购赋能管理：企业微信会议、日程、微盘、文档
- 经销商赋能管理：上下游功能
- ◇ 案例：李宁

第三模块：敏捷管理——基于敏捷协同的管理提效方法

一、数字化是企业管理升级的必选项

管理者怎么借助数字化打造一个敏捷团队

二、激发个体自驱力：让有价值的员工被看见

用管理透明形成自主驱动的氛围

◇ 案例 1：腾讯内部沟通

◇ 案例 2：美图秀秀

◇ 案例 3：IKEA

三、组织创新力与敏捷力：很多企业不是在创新而是在“表演创新”

1、非正式沟通就是创新的催化剂

2、打破部门墙实现跨部门高效协同

3、打破层级天花板实现扁平化管理

4、激发组织创新活力的数字化手段 – 敏捷力

➤ 敏捷的纵向传达

➤ 敏捷的跨部门协同

◇ 案例 1：洲明科技

◇ 案例 2：全康电子

◇ 案例 3：点子集市

四、生态协同力：企业没有边界，客户在哪经营到哪

企业内部与上下游产业链/消费端的连接与协同

◇ 案例 1：三一重工（上下游供应链整齐划一）

◇ 案例 2：索菲亚（一体化，提供整齐划一的服务）

◇ 案例 3：五菱（为什么能打造网红车）

第四模块：升级路径——企业零门槛数字化升级路径

一、企业零门槛转型数字化的超级策略

1、打造业务数字化与组织数字化 2 项核心能力

2、实现员工、客户、业务、管理 4 个上线

3、数字化增长方法论：

➤ 选择一个平台

➤ 掌握两项能力

➤ 理清三个关系

➤ 实现四个上线

二、与企业微信一路同行

1、企业应该选择同时具备私域增长和敏捷管理生态能力的平台

- 2、企业微信：企业数字化基本底盘
- 3、资源链接：融入企业微信超级生态

三、落地执行计划方案

- 1、企业筹备阶段：定目标，组团队，完成企微基础设置
- 2、私域起盘阶段：明确私域路径，掌握私域四大技术，确定私域选品方案
- 3、敏捷管理部署阶段：内部敏捷管理，外部敏捷沟通
- 4、复盘诊断以及进阶建议：私域运营以及敏捷管理问题拆解以及突破方法分享