

《企业转型线上全渠道营销策略》

主讲老师-金天野

课程背景

面对数字化转型的浪潮，企业亟需掌握数字营销的策略与技巧，以适应新的市场环境，增强品牌影响力，提升销售业绩。

课程目标

1. 深入理解数字营销的理论与实践。
2. 掌握抖音、小红书、视频号等平台的营销策略。
3. 学习内容营销、社群营销的实施方法。
4. 通过案例分析，学习成功企业的营销经验。
5. 制定符合企业自身特点的数字营销行动计划。

课程特色

- 结合企业自身情况与行业特点，提供定制化课程内容。
- 丰富的实战案例，深入分析成功与失败的营销实例。
- 互动式学习，通过小组讨论、角色扮演等活动，提升学习效果。
- 实操演练，模拟真实营销场景，提高学员的实践能力。

面向对象

- 营销人员、管理人员。

培训时长

为期一天，总时长为 6 小时。

课程大纲

第一部分：数字营销基础（1 小时）

- 理论知识：
 - 数字营销的定义、核心要素和主要渠道。
 - 数字营销与传统营销的区别和联系。
 - 数字营销在行业中的应用现状和发展趋势。
- 案例分析：
 - 分析“三只松鼠”如何通过数字营销实现品牌快速崛起。
- 小组讨论：
 - 讨论数字营销对企业的意义和挑战。

第二部分：抖音营销策略（1.5 小时）

- 理论知识：
 - 抖音平台的运营机制、用户画像和内容分发逻辑。
 - 抖音短视频和直播的内容策划、制作和推广技巧。

- **案例分析：**
 - 真实案例：同行企业如何利用抖音短视频、吸引粉丝关注并转化为销售。
- **实操演练：**
 - 分组策划一个抖音短视频或直播带货方案，重点关注内容创意和用户互动。
- **小组讨论：**
 - 讨论如何结合自身产品特点，制定有效的抖音营销策略。

第三部分：小红书营销策略（1.5 小时）

- **理论知识：**
 - 小红书平台特性、用户行为和内容偏好。
 - 小红书种草营销的方法和技巧。
- **案例分析：**
 - 真实案例：如何通过小红书笔记种草，提升品牌知名度和用户粘性。
- **实操演练：**
 - 分组模拟创建小红书笔记，进行产品种草，关注内容质量和用户互动。
- **小组讨论：**
 - 探讨如何通过小红书建立品牌形象，吸引目标用户群体。

第四部分：视频号营销策略（1 小时）

- **理论知识：**
 - 视频号的市场定位、用户特点和内容传播机制。
 - 视频号内容策划、制作和推广的策略。
- **案例分析：**
 - 真实案例：企业如何通过视频号展示产品优势，吸引用户关注。
- **实操演练：**
 - 分组策划一个视频号营销活动，包括内容创意和用户互动设计。
- **小组讨论：**
 - 讨论如何结合视频号特性，制定适合视频营销策略。

第五部分：内容营销与社群营销（1 小时）

- **理论知识：**
 - 内容营销的定义、策略制定和实施方式。
 - 社群营销的构建、维护和活动策划。
- **案例分析：**
 - 分析“喜茶”如何通过内容营销和社群营销，打造年轻人喜爱的品牌。
- **实操演练：**
 - 设计一个内容营销计划或社群活动方案，关注用户参与和内容传播。
- **小组讨论：**
 - 讨论如何通过内容和社群营销，提升品牌的吸引力和忠诚度。

第六部分：跨平台联动与数据分析（0.5 小时）

- **理论知识：**

- 跨平台营销的策略和实施方法。
 - 数据分析在营销中的应用，如何利用数据优化营销策略。
- **案例分析：**
 - 分析一个成功的跨平台营销案例，学习其策略和执行。
- **实操演练：**
 - 模拟使用数据分析工具，解读营销数据，提出优化建议。
- **小组讨论：**
 - 探讨如何通过跨平台联动，实现营销效果的最大化。

第七部分：课程总结与行动计划（0.5 小时）

- **课程回顾：**
 - 总结课程要点，提炼关键学习成果。
- **行动计划：**
 - 指导学员制定个人或企业的数字营销行动计划。
- **问答互动：**
 - 解答学员疑问，提供个性化建议。