

《全域数字化运营实战篇》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

2024 年以来，品牌与企业的数字化运营已经从了解开始逐渐进入落地实施阶段，然而在这一过程中，从概念转向落地的难度却大幅超过众多企业的预料。同时，一些企业发现，前期的设计规划与借鉴别人的模式、打法、策略，同样知易行难。实际上，数字化运营是众多细微工作与日常工作的组合，这不仅需要思路，更需要实战打法。

【课程收益】

本课程将通过对数字化场景的解析，让品牌与企业了解数字化运营的核心目的，并通过实战经验总结出的一系列方法论，以及通过用户视角，梳理出当下品牌与企业的重点运营场景，以获得全域数字化运营版图。

【课程特色】

从整体俯瞰视角认知数字化运营，并通过对主要传播途径、传播手段的基本认知，以及完整的落地实施知识体系，辅助品牌与企业制定自身的数字化运营策略。

【课程对象】

企业负责人、市场营销部门、电商销售部门等

【课程时长】

1-2 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

一、从用户需求决策数字化运营场景

- 1、用户辨识力提升
- 2、用户偏好内容与体验
- 3、用户注意力更分散
- 4、搭建数字化运营基本体系

二、品牌个性化

- 1、创造数字化内容资产

官方 BGC 内容

红人 PGC 内容

用户 UGC 内容

- 2、打造品牌原生 IP

- 3、用户互动体验数字化

用户分层

个性化触达

三、数字化品牌传播

1、数字化精准投放

投放策略准备

投放数据监测

竞价投放技巧

2、社交媒体种草营销

选择 KOL

KOL 内容制作

KOL 投放操盘

3、品牌口碑与声量管理

搜索排名优化

网络舆情优化

四、数字化品牌销售

1、线下渠道的数字化改造

品牌门店数字化

经销商数字化

2、直播电商运营

直播间搭建规划

直播流量获取

直播控场与带货

3、私域电商经营

全域拉新引流

私域运营留存

私域销售转化

四、数字化品牌管理

1、组织能力提升

组织架构调整

技术应用落地

2、员工数字化工作习惯养成

团队优化

奖惩制度

全面赋能