

《新媒体运营实战：企业账号打造与流量增长 AI 特训营》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在当今数字化时代，新媒体平台成为企业营销与品牌推广的关键战场。众多企业纷纷涉足新媒体领域，试图通过带货账号、个人 IP 塑造等方式获取流量与商业收益。然而，面临着诸多挑战：不清楚如何打造有吸引力的带货账号，难以扩大个人 IP 流量，中小企业受成本限制做号困难重重，自然流直播间的搭建缺乏有效策略，创意不足使小众企业在内容创作上举步维艰，目标受众定位模糊，付费流量使用不当导致投入产出不成正比，以及缺乏专业团队和创作标准致使文案与视频质量低下等问题。本课程旨在系统地解决这些痛点，结合前沿的 AI 工具与热点搜寻工具，助力企业在新媒体浪潮中脱颖而出，实现高效的品牌传播与商业变现。通过深入剖析成功案例，传授实战技巧，让学员全面掌握新媒体运营的核心要点，开启企业新媒体营销的新篇章。

【课程收益】

- 1、学会打造高转化带货账号的全流程方法，提升企业产品销售业绩。
- 2、掌握扩大个人 IP 流量的有效策略，增强品牌影响力与粉丝粘性。
- 3、了解适合中小企业的低成本做号技巧并能成功落地实践。
- 4、能够独立打造自然流直播间，吸引大量目标观众。
- 5、为创意匮乏的小众企业提供创新的内容创作思路与建议。
- 6、精准定位目标受众，明确所需粉丝画像，提高营销精准度。
- 7、学会合理使用付费流量，实现 Tob 与 Toc 人群的精准触达。
- 8、借助 AI 工具撰写优质内容脚本，利用热点搜寻工具获取创作灵感，提升文案与视频质量。

【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话

【课程对象】

各大企业新媒体关注人员

【课程时间】

1 天（6 小时/天）

【课程大纲】

（一）新媒体基础与企业账号定位（9:00 - 10:30）

1、新媒体生态概述（9:00 - 9:30）

- （1）主流新媒体平台特点与用户画像分析（抖音、小红书、视频号等）
- （2）新媒体营销的发展趋势与机遇

2、企业账号定位策略（9:30 - 10:15）

- （1）基于企业产品与服务的账号定位方法
- （2）目标受众定位的关键要素与调研技巧（案例：以完美日记为例，其通过对美妆市场的深入调研，发现年轻女性对时尚、个性化美妆产品的需求，将目标受众定位为 18 - 35 岁追求潮流的年轻女性。在账号定位上，打造时尚、有趣且富有创意的形象，从账号名称、头像到简介都突出了品牌的年轻活力与美妆专业性，从而吸引了大量目标粉丝）
- （3）账号差异化竞争优势的挖掘与塑造

10:30 - 10:45 课间休息

（二）带货账号打造与运营（10:45 - 12:00）

1、带货账号搭建要点 (10:45 - 11:15)

- (1) 账号名称、头像、简介等基础设置技巧
- (2) 带货账号的内容规划与布局 (案例: 李佳琦的抖音带货账号, 内容规划围绕美妆产品推荐、试用分享、化妆技巧教学等。每天定时直播带货, 同时穿插各类短视频, 如新品预告、爆款产品深度解析等, 形成了稳定且高效的内容发布节奏)

2、带货视频制作与优化 (11:15 - 11:45)

- (1) 视频拍摄技巧与画面构图
- (2) 文案撰写与产品卖点呈现 (结合 AI 工具如豆包生成带货文案示例: 例如一款智能手表, 豆包可生成 “[品牌名] 智能手表, 时尚与科技的完美融合。高清大屏, 精准心率监测, 超长续航, 让你随时随地掌控健康与时尚, 开启智能生活新体验!”)

3、视频剪辑与后期制作要点

- (1) 利用抖音热点宝等工具搜寻热点话题融入带货视频

4、带货账号的流量获取与转化 (11:45 - 12:00)

- (1) 自然流量提升策略 (标签使用、互动技巧等)
- (2) 直播带货的流程与技巧概述

12:00--14:00 午休

(三) 个人 IP 流量增长秘籍 (14:00 - 15:00)

1、个人 IP 价值与定位 (14:00 - 14:20)

- (1) 个人 IP 在新媒体时代的重要性

如何根据自身优势与特色定位个人 IP (案例: 李子柒通过展现田园生活的诗意与传统文化的魅力, 定位为传承东方文化的田园生活美学博主。她将自己对乡村生活的热爱、精湛的手工技艺以及对传统文化的理解融入到视频内容中, 塑造了独一无二的个人 IP)

2、个人 IP 内容创作与传播 (14:20 - 14:45)

- (1) 优质内容创作的原则与方法 (故事性、实用性等)
- (2) 多平台内容分发策略与注意事项
- (3) 粉丝互动与社群运营技巧

3、个人 IP 流量裂变与合作 (14:45 - 15:00)

- (1) 粉丝口碑传播与推荐机制
- (2) 与其他 IP 或品牌的合作模式与案例分析 (如刘畊宏与健身品牌的合作, 通过直播健身课程, 推广健身产品, 实现了流量与品牌曝光双赢。刘畊宏凭借自身强大的粉丝基础和健身达人的影响力, 为合作品牌带来了大量的潜在客户, 同时品牌的支持也助力刘畊宏进一步拓展了商业版图)

(四) 中小企业低成本做号实战 (15:00 - 16:00)

1、低成本做号的资源整合与利用 (15:00 - 15:20)

- (1) 企业内部资源挖掘 (员工特长、现有素材等)
- (2) 外部免费资源与平台工具的运用 (考拉新媒体导航中的免费素材资源)

2、创意内容生产策略 (15:20 - 15:40)

(1) 以小博大的创意内容案例解析 (如王饱饱 and 英国国家美术馆的联名。王饱饱作为中小企业, 通过将自身产品与知名艺术文化 IP 联名, 推出联名款燕麦片, 并制作创意短视频讲述联名背后的故事和产品特色, 以较低的成本获得了大量关注和话题讨论, 提升了品牌知名度和产品销量)

- (2) 借助 AI 工具如通义千问进行创意启发与内容框架搭建

3、低成本推广与引流技巧 (15:40 - 16:00)

- (1) 口碑营销与用户裂变推广方法

(2) 跨平台合作与互推案例分享

16:00 - 16:15 课间休息

(五) 自然流直播间打造攻略 (16:15 - 17:15)

1、自然流直播间搭建基础 (16:15 - 16:35)

(1) 直播间场景布置与设备选择

(2) 主播形象与话术设计要点

2、直播内容策划与互动环节设置 (16:35 - 16:55)

(1) 直播主题与流程规划 (案例：东方甄选的直播间，以知识文化讲解与产品销售相结合为主题。直播流程中，主播会先分享一些文化知识、历史故事，然后自然地引入相关产品推荐，如讲解古诗词时推荐文具，讲述地理知识时推荐农产品。互动环节设置了抽奖、问答等形式，增强观众参与感)

(2) 观众互动技巧与福利发放策略

3、自然流直播间的流量提升与留存 (16:55 - 17:15)

(1) 直播前预热与引流方法

(2) 直播中流量稳定与留存技巧

(3) 直播后粉丝转化与维护措施

(六) 创意激发与目标受众精准定位 (17:15 - 18:00)

1、创意灵感挖掘与内容创新 (17:15 - 17:35)

(1) 创意枯竭的突破方法 (思维拓展训练、热点话题借鉴等)

(2) 小众企业内容创新案例分析 (如观夏，作为小众香氛品牌。在内容创作上，不仅展示香氛产品本身，还深入挖掘产品背后的文化故事、制作工艺以及与生活场景的融合。通过精美的图文、短视频讲述品牌在不同城市寻找灵感、采集香料的故事，以及香氛在居家、旅行等场景中的应用，以独特的内容吸引了特定的目标受众)

2、目标受众深度洞察与画像完善 (17:35 - 17:50)

(1) 大数据分析在受众定位中的应用

基于受众行为与心理的精准营销案例 (某教育机构根据学员学习行为数据调整营销策略：该机构通过分析学员在平台上的学习时长、课程偏好、学习时间段等数据，将学员分为不同的学习群体，针对不同群体推送个性化的课程推荐、学习优惠活动等，提高了学员的转化率和留存率)

3、付费流量使用与人群精准触达 (17:50 - 18:00)

(1) Tob 与 Toc 付费流量投放策略差异

(2) 付费流量投放效果评估与优化方法