

《新媒体内容创意特训》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在当前竞争激烈的汽车市场中，消费者对于汽车品牌的认知和选择越来越依赖于线上渠道。作为中国汽车行业的重要参与者，其直播间和经销商端的新媒体账号在品牌推广、客户获取和销售转化方面发挥着关键作用。然而，随着信息爆炸和用户需求的日益多样化，单纯的产品展示和常规宣传已经难以吸引用户的关注。

“内容为王”的时代已经到来，高质量、有吸引力、能够实现获客和变现的内容成为了新媒体营销的核心竞争力。的直播间和新媒体团队需要不断创新和提升内容创意能力，以在众多竞争对手中脱颖而出，与用户建立深度的情感连接，传递品牌价值，激发购买欲望。

本课程旨在为的相关团队提供先进的内容创意方法论和实战经验，帮助他们掌握创作优质内容的技巧和策略，提升新媒体营销效果。

【课程收益】

- 1、掌握先进的内容创意方法论，为的新媒体内容创作提供理论指导。
- 2、学会挖掘独特的内容主题和视角，提升新媒体内容的吸引力和差异化。
- 3、能够运用有效的创意策略实现获客和变现，提高新媒体营销的效果。
- 4、通过案例分析，借鉴成功经验，避免常见错误，优化的新媒体内容。

【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】

直播间团队成员、经销商端新媒体账号管理人员

【课程时间】

1天，6小时/天

【课程大纲】

一、内容创意基础与方法论

1、9:00 - 9:30 内容创意的重要性与趋势

- (1) 阐述内容创意在新媒体营销中的核心地位。
- (2) 分析当前汽车行业新媒体内容创意的发展趋势。

成功案例分析：特斯拉通过创新的内容展示其自动驾驶技术，引领行业潮流。

2、9:30 - 10:30 内容创意的核心要素

- (1) 探讨引人入胜的故事性、独特的视觉呈现、有价值的信息传递等要素。
- (2) 讲解如何平衡这些要素以打造高质量内容。

成功案例分析：蔚来汽车以用户故事为核心，塑造品牌社区文化。

10:30 - 10:45 休息

3、10:45 - 11:30 创意方法论与工具

- (1) 介绍头脑风暴、逆向思维、联想与类比等创意方法。
- (2) 分享常用的创意辅助工具和软件。

成功案例分析：宝马汽车运用创意工具打造震撼的广告宣传片。

4、11:30 - 12:00 现有内容创意分析

(1) 详细梳理直播间和经销商端新媒体账号过往发布的内容，包括视频、图文、直播活动等。

(2) 评估这些内容在吸引用户关注、传递品牌价值、促进销售转化等方面的效果。

(3) 分析现有内容创意的优点，如某些内容能够清晰展示产品特点、部分直播活动互动性较强等。

(4) 指出存在的问题，如内容形式较为单一、缺乏故事性和情感共鸣、对热点的跟进不够及时等。

(5) 结合市场竞争态势和用户反馈，提出改进的方向和建议，比如增加创意形式、强化内容的情感连接、建立快速响应热点的机制等。

成功案例分析：某款新车上市的宣传内容，在展示产品性能方面较为出色，但在营造品牌情感价值方面有所欠缺。对比其他品牌类似新车上市的成功案例，分析其差距和可借鉴之处。

12:00 - 14:00 午休

二、内容主题与视角挖掘

1、14:00 - 14:45 挖掘用户需求与痛点

(1) 讲解如何通过市场调研和用户反馈确定内容方向。

(2) 分析用户在购车过程中的心理和行为特点。

成功案例分析：理想汽车针对家庭出行需求推出的相关内容。

2、14:45 - 15:30 独特的内容主题选择

(1) 探讨如何从品牌特色、产品优势、行业热点中挖掘独特主题。

(2) 举例说明如何避免同质化主题。

成功案例分析：小鹏汽车围绕智能科技主题的创意内容。

15:30 - 15:45 休息

3、15:45 - 16:30 创新的内容视角呈现

(1) 介绍从用户视角、第三方视角、未来视角等创新呈现方式。

(2) 讲解如何通过视角转换增加内容的新鲜感和吸引力。

成功案例分析：奔驰汽车以未来出行视角展示概念车型的内容。

4、16:30 - 18:00 内容主题与视角案例探讨

(1) 选取近期的几个典型内容案例，深入分析其在主题选择和视角呈现方面的做法。

(2) 讨论这些案例在满足用户需求、突出品牌特色、吸引目标客户方面的效果。

(3) 分析案例中存在的不足之处，如主题不够新颖、视角不够独特等。

(4) 共同探讨如何优化这些案例，提出改进的具体建议和思路。

(5) 结合其他汽车品牌的优秀案例，进行对比分析，借鉴其成功经验，如某品牌通过独特的用户视角讲述品牌故事，增强了用户认同感。

(6) 引导学员思考如何将所学的内容主题与视角挖掘方法应用到未来的新媒体内容创作中。

希望本课程能够为新的新媒体团队带来新的创意灵感和方法，提升内容质量和营销效果！