

《铝材行业抖音营销实战训练营》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在当今数字化时代，新媒体营销已成为企业拓展市场、提升品牌影响力的重要手段。对于铝材行业来说，也面临着利用新媒体平台实现营销突破的机遇与挑战。抖音作为一款极具影响力的短视频平台，拥有庞大的用户群体和高度的用户活跃度，为铝材企业提供了广阔的营销空间。

一方面，铝材市场竞争日益激烈。传统的营销方式，如展会宣传、电话销售等，效果逐渐受限且成本较高。而抖音平台可以打破地域限制，让铝材企业更广泛地接触到潜在客户。例如，建筑企业、装修公司等铝材的主要采购方，很多都活跃在抖音上，通过抖音营销，铝材企业可以精准地将产品信息推送给这些目标客户。同时，随着消费者对家居装修、建筑外观等方面的关注度不断提高，铝材产品的展示和推广需要更具创意和互动性的方式。抖音的短视频形式能够生动形象地展示铝材的质量、款式、应用场景等，吸引用户的关注和兴趣。

另一方面，铝材企业在抖音营销方面大多处于起步阶段，缺乏相关的知识和经验。很多企业不知道如何有效地注册和运营抖音账号，如何制作吸引人的短视频内容，以及如何利用抖音的算法和功能来提升内容的曝光度。例如，一些企业在抖音上发布的视频内容单调，只是简单地展示铝材产品，缺乏故事性和趣味性，难以引起用户的共鸣和传播。此外，对于抖音营销的数据监测和分析也不够重视，无法根据用户反馈和数据指标来优化营销策略。本次《铝材抖音营销实战训练营》就是针对这些现状而设立，旨在帮助铝材企业的员工掌握抖音营销的核心技能，通过实战训练提升企业在抖音平台上的营销能力，开拓新的市场渠道，提高品牌知名度和产品销量，在激烈的市场竞争中脱颖而出。

【课程收益】

- 1、了解抖音平台基础与铝材行业趋势。
- 2、掌握铝材抖音账号定位与规划。
- 3、掌握短视频内容创作基础。
- 4、掌握短视频拍摄与剪辑实操。
- 5、掌握抖音算法与流量获取策略
- 6、掌握抖音营销互动与粉丝运营
- 7、掌握抖音直播运营基础
- 8、了解抖音广告投放策略

【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】

董事长、总经理、铝材行业新媒体负责人和经销商

【课程时间】

2天（6小时/天）

【课程大纲】

第一天：

一、抖音平台基础与铝材行业趋势（1.5小时）

- 1、抖音平台特性与用户行为习惯分析。

案例：小米（通过抖音平台展示产品特点和科技感，吸引年轻用户）、可口可乐（利用抖音的传播性进行品牌形象塑造和互动营销）。

2、铝材行业在抖音上的现状与趋势分析。

案例：凤铝铝材（其在抖音上有一定的产品展示，但内容形式可进一步优化）、坚美铝材（部分经销商有抖音账号，但缺乏统一运营策略）。

二、铝材抖音账号定位与规划（1.5 小时）

1、明确品牌定位与目标受众。

案例：伟业铝材（定位中高端，目标受众为注重品质的建筑商和装修公司）、忠旺铝材（针对大型工程项目和工业领域的定位）。

2、账号名称、头像、简介等设置技巧。

案例：华建铝材（简洁明了的账号名称和突出品牌特色的头像）、南山铝材（专业且详细的简介，展示企业实力和产品优势）。

三、短视频内容创作基础（1.5 小时）

1、选题策略：挖掘铝材的特点、应用案例等。

案例：新河铝材（展示其独特的铝材工艺和产品质量的选题方向）、兴发铝材（通过客户案例展示铝材在建筑中的实际应用）。

2、脚本撰写结构与要点。

案例：闽发铝材（其脚本注重故事性，如铝材在老建筑改造中的作用）、广亚铝材（强调产品性能优势在脚本中的体现）。

四、短视频拍摄与剪辑实操（3 小时）

1、拍摄设备选择与基本拍摄技巧（如光线运用、构图等）。

案例：豪美新材（在拍摄工厂生产线和产品外观时的光线处理技巧）、栋梁新材（展示铝材产品细节的构图方法）。

2、剪辑软件使用（如剪映的功能介绍与实操）。

案例：南平铝业（通过剪辑突出铝材的色彩和质感）、明泰铝业（利用剪辑特效增加视频的吸引力）。

3、分组拍摄与剪辑练习，作品展示与点评。

第二天：

五、抖音算法与流量获取策略（1.5 小时）

1、抖音算法原理与推荐机制解析。

案例：海螺型材（通过研究算法提高视频曝光度的实践）、中铝铝材（根据算法调整内容方向以吸引目标用户）。

2、如何利用算法提升视频流量和账号权重。

案例：亚铝型材（通过持续优化内容符合算法要求，增加粉丝量）、万邦德铝材（采用特定的发布时间和频率策略适应算法）。

六、抖音营销互动与粉丝运营（1.5 小时）

1、评论区互动技巧与私信管理。

案例：罗普斯金（及时回复评论，增强用户粘性）、栋梁新材（通过私信与潜在客户沟通合作意向）。

2、粉丝增长与维护策略。

案例：华昌铝厂（举办线上活动吸引新粉丝）、银一百铝材（定期发布粉丝专属内容，保持粉丝活跃度）。

七、抖音直播运营基础（3 小时）

1、直播策划与准备工作（包括主题确定、产品选择等）。

案例：伟业铝材（直播展示新品发布和产品优势讲解）、坚美铝材（以工厂探秘为主

题的直播策划)。

2、直播中的互动技巧与销售转化策略。

案例：凤铝铝材（通过直播互动抽奖提高用户参与度和销售转化）、新河铝材（直播中专业讲解与客户答疑促进销售）。

3、直播实操演练与总结点评。

八、抖音广告投放策略 (1.5 小时)

1、抖音广告形式与特点介绍。

案例：南山铝材（采用抖音开屏广告提升品牌知名度）、华建铝材（信息流广告精准投放的实践）。

2、广告投放预算规划与效果评估。

案例：闽发铝材（合理分配广告预算，提高投入产出比）、广亚铝材（通过数据分析评估广告效果并优化策略）。

九、经销商抖音运营指导 (1.5 小时)

1、如何帮助经销商建立和运营抖音账号。

案例：豪美新材（为经销商提供账号运营模板和培训支持）、南平铝业（与经销商合作进行区域推广的抖音运营模式）。

2、激励经销商利用抖音拓展业务的方法。

案例：明泰铝业（设置奖励机制鼓励经销商抖音营销）、海螺型材（提供资源支持经销商制作优质内容）。

十、新媒体营销体系构建与未来展望 (3 小时)

1、系统化新媒体营销体系的要素与搭建方法。

案例：中铝铝材（全面的新媒体营销布局和体系构建）、亚铝型材（不断完善和优化新媒体营销体系的经验）。

2、铝材行业抖音营销的未来发展趋势与应对策略。

案例：万邦德铝材（对未来趋势的预判和提前布局）、罗普斯金（根据趋势调整营销方向的策略）。

十一、课程总结、学员分享与答疑 (0.5 小时)