

《AI 驱动营销运营的变革与提效》 让 AI 成为你的超级外脑

主讲：刘彤烨老师

【课程背景】

在 AI 技术席卷各行各业的今天，营销与运营领域正经历着前所未有的变革。从亚马逊的预测性物流到 SHEIN 的动态定价，从特斯拉的个性化交付到美团的 AI 预判需求，头部企业已率先将 AI 融入业务核心，实现了效率与效果的双重飞跃。然而，许多营销和运营人员在拥抱 AI 时仍面临三大困境：

- 认知局限：对 AI 认知不全面，不清楚 AI 的能力边界，导致不知道在什么场景能够使用 AI 助力工作提效
- 技能缺失：缺乏与 AI 高效协作的方法论，无法通过精准的提示词让 AI 产出符合商业场景的高质量内容
- 应用零散：未能将 AI 系统性地融入从用户洞察到转化运营的全链路，导致投入产出比低下

这些问题的根源在于 AI 认知不足以及应用技术缺失。本课程致力提供根本性解决方案：

- 思维重构：建立 AI 时代的营销和运营世界观，理解 AI 如何重构传统的 4P 理论、如何重构营销和运营体系
- 方法落地：掌握提示词工程的核心心法，通过 CRIS 框架、链式思考、多角色模拟等进阶技巧，让 AI 成为得力的“副驾驶”
- 场景贯穿：结合众多最新的 AI 应用案例，拓宽学员视野，将 AI 应用贯穿于精准定位、引流获客、内容创作、数据分析、客户运营等营销全链路

这套方法论凝聚了主讲老师 10+ 年的营销、运营实战经验以及 AI 工具应用深耕，并且在多家企业中获得实践检验，同时配合大量行业案例、实用工具、讨论练习、针对性反馈，有效帮助营销和运营员工打开视野、并且真正落地 AI 提效。

【课程收益】

- 突破传统工具认知，建立 AI 副驾驶思维模型与战略视野
- 结合众多 AI 前沿应用案例，拓宽 AI 在营销和运营领域的认知与视野
- 掌握 AI 重构营销 4P 理论和营销运营体系，理解数字化营销底层逻辑变革
- 精通 CRIS 提示词框架，实现从需求到优质内容精准转化
- 精通规模化和爆款内容生产，实现营销素材批量生产与投放
- 掌握 AI 数据分析技术，挖掘用户深度洞察与市场趋势
- 搭建智能营销 Agent，实现内容运营自动化与个性化
- 制定个人 AI 应用发展路径，构建数字化营销核心竞争力

【课程对象】

营销和运营序列员工，中层、新经理人、高潜员工均可

【课程时间】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、认知能力提升：从基础认知到商业应用全景

1. AI在营销、运营中应用的三大误区

简单调研：企业营销中，AI有哪些应用场景？日常工作中，大家用过哪些AI工具？

- AI ≠ 内容生产提效工具
- AI ≠ 聊天机器人
- AI应用 ≠ 代替人
- AI是“副驾驶”，人依然是“主驾驶”
- AI是外脑+手脚，人是主脑

案例：亚马逊 - AI驱动预测性物流与库存管理

案例：欧莱雅-AI虚拟试妆

2. 认知升维

- AI是技术革新带来的思维方式转变
- AI是能力放大器、决策伙伴与思维框架

3. AI与AIGC入门

- AI发展的三个阶段及商业应用
- 自然语言处理、理解
- 机器学习和建模
- 大模型和AIGC
- AI的基础认知与概念
- 什么是AI、机器学习、模型训练、AIGC、Agent

4. 企业AI应用四大阶段

讨论：你所在的企业和部门，目前在第几阶段？你自己对于AI的应用，在第几阶段？

阶段	融合焦点	核心价值	典型应用	实际案例
第一阶段	内部提效，运营智能化	降本增效，提升员工生产力	智能办公、代码生成、数据分析	网易 - AIGC 赋能游戏美术设计
第二阶段	客户服务与营销智能化	提升体验，增加收入	智能客服、精准营销、内容生成	阿里巴巴 - 阿里小蜜智能客服
第三阶段	业务流程智能化	优化核心业务流程	智能供应链、预测性维护	京东 - 智能供应链决策
第四阶段	商业模式创新	开辟新增长曲线	个性化服务、AI 驱动产品	特斯拉 - 自动驾驶 FSD

段？

5. AI 应用的绝对红线

- 数据安全
- 客户隐私保护
- 合规底线

二、应用视野拓展：AI 如何赋能营销和运营？

1. AI 如何颠覆传统 4P 理论？

- 重构传统“4P 理论”

■ Product：从“标准化产品”到“动态化、个性化体验与共创”

案例：特斯拉 Cybertruck“野兽模式”的 AI 驱动交付体验

■ Price：从“固定定价”到“动态、个性化、价值导向定价”

案例：SHEIN 的 AI 动态定价与促销系统

■ Place：从“物理与线上渠道”到“无处不在、预测性触达”

案例：美团 AI 预判用户需求

■ Promotion：从“大规模轰炸”到“个性化、情境化沟通”

案例：网易云音乐基于对用户即时情境和情感状态深度理解

- 总结

■ 从“人找货”到“货找人”

■ 从“经验驱动”到“数智驱动”

2. AI 如何颠覆营销体系：从广撒网到精准垂钓

- 精准定位：从模糊到精准

- 客户画像
- 需求定位（竞对营销文案、评论分析等）

案例：钟薛高通过 AI 分析海量消费数据和社交评论，AI 寻找潜在口味组合

➢ AI 引流获客：从先广播到先识别

- 通过 AI 行为定位识别，精准定位目标客户和针对性触达获客

案例：某大健康产品，通过 AI 实现新注册用户量翻倍

➢ AI 打电话：从机器人到真人感

- 真人语音、智能应答、用户流

转

➢ AI 培育转化：从粗放规模化到

精准个性化

- 用户识别与个性化特征 + 规模

化内容生产 = 个性化触达、提升转化

率

- 即时回复客户问题

- 筛选出高潜用户转接到销售

案例：百果园企业微信接入 AI 机器人，给用户自动打标签，精准营销

➢ AI 客户运营与客户成功：从事后救火到事前预防

- 用 AI 构建客户健康度看板，识别客户潜力和危机

- 用 AI 识别出客户意愿，并且针对性做运营动作

案例：亚马逊“预测性购物车挽回”

3. 不同工具在营销运营场景的特点与应用场景

➢ 国产：DeepSeek、豆包、通义千问、文心一言、纳米 AI.....

➢ 海外：ChatGPT、Google、Claude、Grok.....

收获总结：经过学习，你最大的收获是什么，以后打算在什么场景、具体应用哪些 AI 工具？

三、AI 应用底层能力：与 AI 协作的提示词艺术

1. 提示词核心公式：角色+任务+背景+输出

➢ 什么是提示词

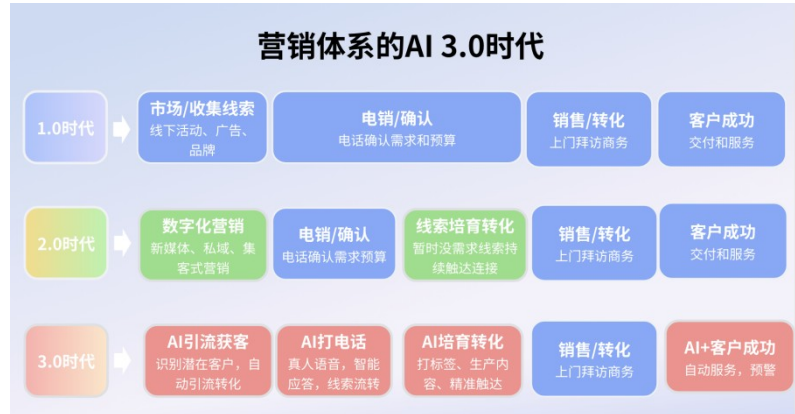
- AI 大模型的基本原理：提示词为王

➢ 提示词几大原则

- 给 AI 人设或者场景

- 给 AI 明确的任务，包括目标、受众群体、具体要求

- 给 AI 充足的“弹药”



- 给 AI 明确的输出格式
- 提示词模板：CRIS 框架
- C - Context (背景)
- R - Role (角色)
- I - Instruction (指令)
- S - Specification (规格)

案例：模糊提示词与精准提示词，AI 给出的内容对比

- 提示词新玩法：让 AI 提问
- 提示词无法解决的问题
- 不要一次求成，需要对话迭代
- AI 味儿
- 幻觉-信息校准

实操练习：请使用 CRIS 框架，为某营销活动，生成一篇公众号推广文案

2. 提示词进阶

- 提供背景知识
- 将产品说明书、市场研报核心内容作为上下文提供给 AI
- 链式思考 (CoT)：从单点问题到思维框架
- 什么是链式思考 (CoT)

案例：美团利用链式思考分析不同城市、不同季节的外卖品类增长策略

- 为什么要用 CoT？
- ◆ 减少幻觉
- ◆ 提升复杂问题解答质量
- ◆ 透明化决策过程
- 如何应用？
- ◆ CRIS 框架+分解步骤

实操练习：应用链式思考，分析并制定一个提升某产品复购率的策略

- 多角色模拟
- 什么是多角色模拟？

案例：阿里“通义千问”双十一预演不同促销策略下的市场反应

- 为什么要用多角色模拟？
- ◆ 打破思维定式
- ◆ 生成多样化策略
- ◆ 预演现实挑战
- 如何应用？

◆ CRIS 框架+分配角色+角色主张

实操练习：为某个营销策划方案进行多角色模拟讨论

➤ 合规性校验

- 要求 AI 在输出时“引用相关法规依据”或进行自我审查

收获总结：经过学习，你最大的收获是什么，以后打算在什么场景、具体应用哪

些 AI 工具？

四、实战应用：AI 提效营销和运营的几大关键场景应用与实操

1. 文本生成：营销文案、策划方案等

➤ 基础实现逻辑

- 通过结构化提示词（角色+任务+背景+输出要求），将 AI 定位为专业的协作

者

- 迭代优化，从生成初稿到不断精修，直至满足要求

➤ 选择适合工具

- Kimi：长篇、结构化的报告或方案
- 文心一言/DeepSeek：中文语境理解出色
- ChatGPT：需要深度分析或多角度展开的文案

➤ 案例与实操步骤

案例：网易在推广《逆水寒》等游戏时，利用 AIGC 批量生成海量社交媒体内容

- 按 CRIS 输入提示词

- 应用链式思考和多角色模拟引导

- 根据需求不断迭代和优化

➤ 注意事项

- 合规第一：明确禁止 AI 使用敏感词，需人工严格复核
- 提供弹药：提供真实的产品亮点、数据或关键话术，避免它凭空编造
- 迭代优化：对初稿不满意时，给出明确指令来微调，避免假大空

工具：文本生成提示词模板

实操练习：应用 AI 完成一份正在热推产品的策划推广方案

2. 图片生成：宣传海报、概念图等

➤ 基础实现逻辑

- 通过精准的提示词，控制 AI 生成图像和视频

- 过程：提示词生成 → 出图 → 评价与迭代

➤ 选择适合工具

- 提示词生成器：ChatGPT/DeepSeek

- AI 绘画工具：Midjourney（艺术质感最佳）、Stable Diffusion（控制力最强）、Canva AI（简单易用，内置模板）

- 案例与实操步骤

案例：携程与 Stable Diffusion 合作，为其“旅行家”项目生成了一系列充满艺术感的虚拟旅行目的地概念图，用于激发用户的旅行灵感

- 使用 ChatGPT/DeepSeek 生成提示词

- 将 ChatGPT 生成的提示词输入 Midjourney，生成首批图片

- 选择最满意的一张，进行微调

- 注意事项

- 版权意识：明确生成图片的商用版权范围，避免侵权

- 精准控制：Logo 或精确文字，最好后期合成

- 风格统一：为一系列物料生成图片时，使用相同的种子值或高度相似的提示

词

工具：图片生成提示词模板

实操练习：为双十二促销活动设计一张宣传海报的背景图

3. 视频生成：宣传视频制作

- 基础实现逻辑

- 通过文本描述或输入一张图片，AI 自动生成一段符合描述的动态素材

- 创意 → 脚本/分镜 → 视频生成 → 剪辑配音

- 选择适合工具

- Sora (OpenAI): 当前公认质量最高，视频连贯性、物理真实感最强，但未完全开放

- Pika: 易用性好，社区活跃，支持图生视频和局部修改

- Runway: 功能全面，支持多种视频编辑模式（如运动画笔、视频延长）

- 即梦 AI (Alibaba): 品质优秀，与阿里系生态结合好

- 剪映 (CapCut): AI 图文成片功能非常成熟，适合快速将文案转化为素材视频

- 案例与实操步骤

案例：飞猪使用“即梦 AI”，将静态酒店图片和用户评论自动生成为动态的、带有沉浸式解说和背景音乐的 15 秒短视频，大幅提升了酒店预订页面的转化率

- 【脚本生成 - 使用 ChatGPT/DeepSeek】

- 【核心镜头生成 - 使用 Runway】

- 【视频合成与配音 - 使用剪映】

- 注意事项

- 控制力有限

- 时长限制
- 成本与权限
- 版权确认

工具：图片生成提示词模板

实操练习：制作一段 15 秒的概念宣传视频片段

4. 进阶玩法：如何用 AI 生成爆款内容

- 营销原理：爆款并非都是原创，爆款会反复爆

案例：DeepSeek+飞书多维表格，批量生产+仿写爆款内容，两个应届生每个月

实现上千篇内容生产和投放

- 精准定位：给 AI 的输入
 - 客户是谁
 - 典型场景是什么
 - 核心需求和痛点是什么
 - 产品的核心价值是什么（FAB 特征、优势、价值是什么）
- 爆款内容生产逻辑
 - 监控爆款（使用现成数据工具）
 - 分析和定位爆款因素
 - ◆ 主题与关键词：内容的核心话题是什么？用了哪些高频词？
 - ◆ 情感倾向：是煽动情绪、引发共鸣、还是制造焦虑、提供希望？
 - ◆ 内容结构：开头是否用“震惊体”？是否是“总分总”结构？是否用了“黄金三秒”法则？

- ◆ 标题/文案套路：是否是数字清单、疑问句、挑战常识、讲故事？
- ◆ 互动模式：评论区讨论最热烈的话题是什么？
- 仿写和规模化生产
- ◆ 输入弹药
- ◆ 明确要求

案例：网易云音乐，AI“虚拟热评”；小红书“灵犀”AI 系统，实时分析平台热点，并为运营人员提供内容创作建议，包括预测话题潜力、分析爆款元素

实操练习：仿照某爆款视频，仿写针对自己产品的爆款脚本

5. 数据和信息分析洞察：数据分析、运营洞察等

- 基础实现逻辑
 - 提问方式，让 AI 对数据进行查询、清洗、分析和可视化
 - 需要从宏观描述到微观诊断的连续追问
- 选择适合工具

- 通义千问/ChatGPT (Advanced Data Analysis) : 支持直接上传 Excel/CSV 文件,能执行代码进行复杂计算和生成图表,功能最强

- Microsoft Copilot (Excel 内置) : 直接对当前表格数据进行分析,无缝集成

- 案例与实操步骤

案例:快手利用 AI 分析直播间实时评论,自动提炼用户关于产品的核心关注点和负面反馈,帮助主播和运营团队快速调整话术与策略

- 上传用户数据 Excel (非本地化部署,一定要注意脱敏)

- 连续提问

- ◆ 第一问 (描述性)

- ◆ 第二问 (诊断性)

- ◆ 第三问 (预测性)

- ◆ 第四问 (可视化)

- 注意事项

- 数据脱敏:严禁上传包含真实客户姓名、身份证号、银行卡号、工作住址等敏感信息的原始数据

- 验证结果:对 AI 给出的关键洞察或复杂计算,进行抽样验证,防止数据幻觉

- 明确业务背景:在提问时提供简单的业务背景,能帮助 AI 做出更合理的分析

工具:数据分析提示词模板

实操练习:讲师提供一份脱敏的用户数据,要求学员通过向 AI 提问,挖掘出两个最具价值的运营洞察

收获总结:经过学习,你最大的收获是什么,以后打算在什么场景、具体应用哪些 AI 工具?

五、高阶玩法:Agent 搭建 (可选)

1. 正确理解 Agent 能力范围与边界

- Agent 不是万能的:复杂创意和重大战略决策仍需人脑主导

- Agent 是高效的执行者:它能将你从重复、标准化的工作中解放出来

- 核心价值:7x24 小时待命,实现“规模化的个性化”

2. 自主搭建“社交媒体内容创作与运营 Agent”

- Agent 目标:自动根据一周的核心工作,为你生成一套跨平台的社交媒体内容草稿

- 构建步骤:

- 【第一步:定义角色与知识库】

- ◆ 角色设定

- ◆ 知识库喂养
- ◆ 输入公司的品牌手册与 SOP
- ◆ 提供产品最新介绍和核心卖点
- ◆ 提供过往的爆款内容作为风格参考
- 【第二步：设计工作流与指令】
- ◆ 核心指令
- ◆ 具体要求
- 【第三步：输出与集成】
- ◆ 输出格式：一份清晰的《一周社交媒体内容规划表》，包含平台、文案草稿、视觉建议和发布排期
- ◆ 进阶想象：探讨将此 Agent 与内容管理平台（如 Notion、语雀）集成，实现内容规划、创作、排期的一站式自动化雏形

讨论：分组头脑风暴，还有哪些重复性、高专业度的任务可以构建成 Agent？

六、未来展望、课程总结与终极课题

1. AI 营销未来展望

- AI 技术趋势展望
- AI 应用趋势展望
- 全球先进营销 AI 产品和案例

2. 课程框架与知识点总结

3. 终极课题 workshop

分组讨论：根据以上每个部分的收获总结，总结和绘制《个人 AI 应用 90 天行动图》，分组讨论、展示、反馈