

# 私域创新营销实战管理

## 【课程背景】

玩微信、刷抖音几乎成为人们生活中必不可少的事情。微信、抖音、快手、哔哩哔哩（B站）等新媒体平台俨然成为众多企业获取流量的战场。然而私域则是你自己的用户池。你能免费随时随地，多次触达用户，你能为用户提供更贴心的服务，更高价值的产品；你能够实现用户的成交，复购和口碑介绍……对比线下门店，电商平台越来越贵的获客成本，私域增长模式，是一个获客成本低并可长期经营，和用户建立信任的，良性增长模式。

前有韩都衣舍出淘记，现有东方甄选公开引流自立门户 app，很多商家都开始用私域做起了经营，快速的实现了用户增长，收入飙升。胖子龙虾 3 天增粉 8000 转变为社群 vip 会员，达成几十万销量。15 天增粉总计 111.5 万，转化率达成 50%，孩子王实现全渠道突破 1 亿。

无论你是线下实体、零售、服装、美收、水果生鲜，还是有想法的创新企业，只要你想经营好自己的用户，降低获客成本，都一定要重视自己私域的用户增长和运营。

网络流传着许多打造私域启动营销全景案例的神话。

有这样一个公众号在 4 年间高产了 1500 篇 10 万+，在微信打开率不足 3% 的大环境下可谓是一股清流，这个公众号就是深夜发媸。

淘宝天猫店铺如何做新媒体营销？小家电品牌天猫多家店铺宝洁、安踏、小米有大量新客成交。把客户加到微信做零售，1000 多个微信号，300 多个微信销售，月销超过 3000 万，平均每人月销 10 万以上。引导老客户到天猫成交做基础销量，多个爆款持续多年稳居类目第一。互联网生态圈的布局建立客户池，规划客户流程、设计客户价值，布局电商企业社群，引申线下门店社群布局，帮助企业有效启动内容运营方案。

8 月 5 日，一汽红旗官方微博发文表示：每一位中国健儿都是中国骄傲，红旗将为本次东京奥运会中国奥运代表团获得金牌的运动员敬赠红旗 H9 一台；为获得银、铜牌的运动员敬赠红旗 H9 产品使用权。引起了网友的自传播。8 月 6 日，#为中国健儿送红旗 H9# 这一话题登上了微博热搜，并获得了 1.7 亿次阅读，6.5 万次讨论，红旗 H9 成功实现出圈。

新媒体营销时代打造私域，你需要的是自循环理论、客户关系递进理论、内容营销模型全景案例。革命性提升流量、设计高转化场景，转介绍与最小裂变。为了帮助企业更清晰地认识新媒体营销，本课程在流量精细化运营时代走好自己的掘金之路，全方位解析快消、数码、家电、新零售等行业案例，革命性提升流量、设计高转化场景，转介绍与最小裂变。

## 【课程对象】

部门总监、部门经理、互联网电商部门营销系统人员

【课程时长】2天（12小时）

### 【课程收益】

- 创新渠道，数字化时代互联网创造全新的私域营销盈利模式
  - 通过大量行业启动私域的新媒体内容运营案例与惯用法则，展示抖音微信等的功能与价值，帮助企业进行量身定位
  - 内炼心法，修炼网络营销内功，掌握私域营销的调练模块 55+内部私域操盘工具模型+1张私域运营全景图
  - 精准营销，揭秘百万私域大号内部爆品生产流程，短视频营销和直播带货实战技巧，有助于提高投资回报率（ROI），降低企业营销成本
  - 组建高凝聚力的私域内容营销战队，制定和执行爆文3大核心关键点，选题5大共性，撩动粉丝互动转发技巧，亮剑于新媒体创新营销时代
- 附件与工具：
- 私域新媒体营销运营方案及素材分享
  - 多达数家不同行业内容营销成功案例分享

### 【课程大纲】

#### 第一部分 深度剖析新媒体时代的私域营销战略和战术布局

##### 一、解读私域的核心逻辑和底层认知

1. 流量留存时代，如何用私域抢占未来市场的增量？
2. 阐述企业私域的4大打法，找准适合自己的私域策略
3. 正反案例对比，数字时代营销的割裂与私域新营销的融合性

##### 二、讲透私域的不同发展阶段，重点该如何做好战术布局

1. 对比品类属性+企业基因，选择适合的私域策略模型
2. 从0-1阶段的私域战术布局(run模型-产品矩阵规划)
3. 从1-10阶段的私域战术布局(模块化)
4. 从10-100阶段的私域战术布局(规模化)

新媒体案例：胖子龙虾的矩阵机制让用户上瘾的沉浸式体验

##### 三、战术执行实操，通过目标拆解，制定私域作战方案

1. 有效目标战略制定与拆解的标准化正确流程
2. 科学拆解私域用户增长域，达成预计目标收入
3. 执行工具。落地执行的5套check list。

## 第二部分 私域实战运营的营销调研打法

- 一、找到用户痛点，梳理调研的6大作用及3个阶段，量身定制运营策略。
- 二、精细化定制企业调研，盘点可用资源，7大维度实现调研资源最大化和利益最大化
- 三、竞品调研着重卖点梳理，调研5部曲抓优势，节约成本及避坑法则。
- 四、用户调研6部曲:了解用户，精准触达，为活动与效果赋能。
- 五、品类调研4大流程，有效选品，提升转化率，打造高价值产品矩阵。

## 第三部分 私域营销爆低成本获客的玩法

- 一、巧用更多私域引流渠道抢夺流量池
  1. 无流量没GMV，5个维度有效搭建流量地图
  2. 利用公众号，小程序，电商，小红书设计平台流量矩阵
- 二、从0-1阶段设计公众号高转化引流链路
  1. 学会实用高质量/高转化率的引流公式  
案例拆解:公众号高效引流的执行流程
  2. 提高引流事的6点小技巧，5种实用方法写出高转化率文案
  3. 六大影响因素自检图解决引流致果不好问题
- 三、从0-1设计批下门店高转化引流装路
  1. 简单易懂快速复制的地推模型与玩法
  2. 门店引流的选品逻辑，有效提升到店率，抓门店引流的落地执行全流程
  3. 从0-1阶段设计电商包裹卡高转化引流链路，自检表找到优化关键点
- 四、裂变引流的底层思维，从0-1策利一场病毒式裂变引流活动
  1. 微信生态裂变的4大规律，决定额变活动成败
  2. 十种裂变增长玩法:降低获取新增客户量的引流成本
  - 3.活动裂变项目探盘全流程与项目执行排期表
  - 4.爆发式裂变活动的5大执行步骤，预防裂变活动的6大问题，快速快率高价

值用户。

## 第四部分 私域实战揭秘 ip 人设，高转化销售与社群体系搭建

### 一、私域的成与败，在于打造高信任度的人设 IP 体系

1. 做好用户标签管理，提升用户自身粘性和价值
2. 搭建成熟的品牌立体人设
3. IP 人设打造与设计三部曲，实操案例:IP 人设布局拆解

### 二、私域的冰与火，在于是否成功搭建高复购社群体系

1. 搭建高转化私聊销售转化体系传播 6 部曲
2. 4 大关键提高开单率，1-3-7 法则与销售管理的培训晋升机制

### 三、私域的静与动，在于不同的社群定位和分层运营

1. 价值感社群搭建核心法则，搭建品牌与用户的桥梁
2. 4 类社群策略，助力品牌高效的触达用户，巩固运营成果

### 四、私域的运与营，在于社群搭建 5 步曲

1. 社群定位与基础建设
2. 人设布局
3. 社群运营规划
4. 拉群内容输出
5. 提升社群活跃度的 4 个方法

案例分析：红包测试法:检测社群活跃度。低价秒杀活动;刺激更多用户下单。  
积分兑提法:让用户端持续活跃。游戏促活法:快速提活跃转化

### 6. 从 0-1 设计社群高转化活动文案与实操

。从策划到落地执行，社群活动的设计思路与社群重点数据复盘技巧

## 第五部分 私域团队搭建与数据分析总结

### 一、拆解私域数据分析的底层逻辑

1. 实盘演绎通过数据分析，找到增长破局点

2. 分析用户关键行为，梳理你直面精准的数据指标，3 个维度获取数据 plus 高效取用分析结果

## 二、快速招募和搭建私域人才

1. 所需的团队人才配置具体人才画像，更高效快速地培养顶级团队
2. 让团队高效执行，保障运营策略落地的三板斧
3. 个人快速成长为顶级私域操盘手必备的 8 大底层能力，高端操盘手的成长路径

私域营销运营打造案例分享汇总：华润，孩子王，抖音,海尔,戴森，东方甄选，良品铺子

结语：2026 年移动互联网的天下，系统、丰富的内容帮助会员企业用私域运营颠覆性创新商业模式，用新媒体革命性提升公司业绩。