

《掌握流量打法，提升获客效率》

主讲：王成慧老师

【课程特色】

2025年以来，随着在快消品行业这片广袤且竞争激烈的战场上，众多企业和经销商看似在繁华的商业浪潮中奋勇前行，实则暗礁潜藏，面临着诸多严峻挑战。随着消费者需求的瞬息万变、电商等新兴渠道的强力冲击以及市场格局的深度调整，快消品从业者如何在这片红海之中找准方向、突出重围，已然成为决定生死存亡的关键课题。

2025年的经济形势相当严峻，不仅普通人如履薄冰，连老板们也在艰难求生。从宏观层面看，全球经济增速放缓，贸易保护主义抬头，供应链危机持续发酵。在国内，市场需求疲软，消费动力不足，众多行业都面临着产能过剩的困境。实体企业面临一边是原材料价格飙升，另一边是产品销路受阻。比如制造业，订单量大幅下滑，可厂房租金、设备维护、员工工资等成本却丝毫未减。不少企业为了维持运营，不得不四处借贷，资金链岌岌可危。而服务行业也不好过，行业竞争激烈，利润空间被极度压缩。流量红利消失殆尽，获客成本居高不下，新业务拓展困难重重。

随着消费者需求的瞬息万变、新兴渠道的强力冲击以及市场格局的深度调整，企业尤其是中小企业从业者如何在这片红海之中找准方向、突出重围，已然成为决定生死存亡的关键课题。本课程将给出一套增加有效流量提升获客效率的新方法。

【课程收益】

- 1.了解从营销视角了解经营业绩的公式
- 2.明晰新格局下为什么要树立新思维
- 3.领悟公司的顾客流量四个来源各自发挥什么作用
- 4.学会构建企业全域流量矩阵
- 5.掌握公司线上线下平台协同的方法

【课程对象】

公司产品经理、销售经理、营销主管等中高层管理者、战略管理人员和一线经营者。

【课程时间】

1天（6小时/天）

【课程方式】

专题讲授、案例讲解、实操演练、小组研讨等，并通过大量情景案例和案例的分析讲解使教学过程寓教于乐、深入浅出、贴近实际。

【课程大纲】

引言：为什么生意越来越难做？

——竞争加剧，流量分散

一、企业经营的业绩公式

- 1.流量是生意的本质
- 2.解读企业的业绩公式
- 3.成功企业的流量红利

二、企业的流量漏斗

- 1.企业竞争的三个阶段

2.如何解读企业流量漏斗

——话题曝光

案例：刘强东为什么送外卖？

——潜在客户

——兴趣引发

——转化成交

——用户留存

——转发分享

3.树立四个流量思维

——流程思维

——数据思维

——瓶颈思维

——目标思维

三、顾客流量的四个方向

1.地段流量

——地段人群

——服务品类

——形成氛围

2.付费流量

——如何低成本获客、如何低成本获流量

3.内容流量

——优质内容的主要特征

——生产何种优质内容

4.社交流量

5.全域流量的四个打法

——线上+线下（线上线下相互引流）

——公域+私域（公域私域矩阵组合）

——内容+社交（设计愿意分享内容）

——流量+留存（优质产品承接流量）

四、构建企业全域流量矩阵

1.线上平台

——解决传播，布局流量入口

2.线下平台

——打造线下第三空间

3.社群平台

——实现裂变和分享

4.三台协同的运行机制

——服务区不同层级的内容体系与流量打法

五、线上平台的内容生产与传播体系

1.公司运营的两套逻辑

——生产产品和服务的逻辑

——生产和传播内容的逻辑

2.设计线上平台内容三大步骤

——第一步：人群定位（用户是谁？痛点在哪里？）

——第二步：选题策划（选什么话题？选什么品类？选题的三大方法）

课堂讨论：本公司可以设计哪些选题？

——第三步：确定形式（直播形式？录播形式？场景形式？如何批量化大规模生产内容）

六、线下平台的营销引爆与增长模式

1.线下平台的人效与坪效

2.线下平台的合伙人模式

3.如何提升线下平台的体验感与数据赋能

七、线下平台的分享传播与流量变现

1.用户分享与传播的两大驱动力

——物质奖励：培养用户习惯

课堂讨论：本公司可以设计哪些物质奖励？

——精神爽点：分享高光时刻

课堂讨论：本公司产品营销可以设计哪些高光时刻？

2.线下平台的场景化体验设计