

# AI 短剧创作：公私动营销能力提升

讲师：柯雨金

## 课程概述：

### （一）课程目标

本课程旨在帮助学员深入理解公司联动营销的核心理念与策略，掌握运用 AI 短剧推动公司内部各部门、外部合作伙伴协同营销的全流程方法。通过学习，学员能够创作出契合联动营销需求的 AI 短剧，提升跨部门、跨企业的资源整合与营销执行能力，实现品牌声量与销售业绩的双重增长。

### （二）课程特色

**跨领域融合教学：**将 AI 短剧创作与公司联动营销深度结合，打破传统营销培训模式。

**实战导向：**以大量真实联动营销案例为依托，通过 AI 短剧还原营销场景，强化实操技能。

**技术赋能：**全面运用 AI 工具，降低短剧制作门槛，提升联动营销内容的创意性与传播力。

### （三）适用人群

企业市场营销人员、品牌推广专员，负责策划与执行联动营销活动。

企业中高层管理人员，需提升跨部门协作与资源整合能力。

市场策划机构、广告公司从业者，专注于联动营销方案设计与执行。

## 课程大纲：

### 第一章、公司联动营销基础理论

#### （一）联动营销的概念与价值

联动营销的定义与类型：

内部联动（部门间协作）、外部联动（企业与企业、企业与 IP 合作等）

联动营销对企业发展的意义：

扩大品牌影响力、共享客户资源、降低营销成本

#### （二）联动营销的核心要素

目标一致性：明确各参与方的共同营销目标

资源互补性：整合各方优势资源（如渠道、技术、内容）

协同执行性：建立高效的沟通与执行机制

### **(三) AI 短剧在联动营销中的应用优势**

AI 短剧的传播特性

短视频形式符合碎片化传播趋势，覆盖广泛受众  
对联动营销的促进作用

生动展示多方合作亮点，增强品牌联合记忆点  
实现营销信息的高效传递与互动

## **第二章、公司联动营销 AI 短剧剧本创作**

### **(一) 联动营销需求分析**

- 1、明确联动营销的核心信息与目标受众  
挖掘合作方的品牌共性与产品互补点  
分析目标受众的兴趣偏好与消费需求
- 2、梳理联动营销的关键环节与亮点  
合作过程、联合产品优势、优惠活动等

### **(二) 剧本创意构思**

- 1、将联动营销元素转化为剧情  
设计多方合作解决用户需求的故事线  
案例：创作手机品牌与摄影 APP 联动推出拍照大赛的短剧剧情
- 2、增强短剧吸引力的设计  
融入热点话题、趣味情节与悬念设置  
突出合作方的特色与联动价值

### **(三) 剧本结构设计**

- 1、适合联动营销传播的短剧结构  
开头：抛出用户痛点或悬念，引出联动合作  
中间：通过剧情展示合作过程与成果  
结尾：强化品牌联合形象，引导用户行动
- 2、角色与情节设计  
塑造合作方代表、用户等角色形象  
设计角色间的互动情节，体现联动协同效应

#### **(四) 台词创作**

- 1、编写符合角色身份与营销场景的对话  
合作方专业介绍与用户需求表达
- 2、突出联动营销核心信息的台词设计  
强调合作优势、产品特色与优惠力度

### **第三章、AI 工具在联动营销短剧制作中的应用**

#### **(一) AI 角色与场景生成**

- 1、使用 AI 工具创建联动营销相关角色  
定制合作方品牌代表、目标用户群体的外貌与性格
- 2、生成联动营销场景  
运用 AI 生成联合活动现场、产品展示场景等  
添加合作方品牌标识、产品元素增强代入感

#### **(二) AI 剪辑与特效制作**

- 1、AI 自动剪辑功能应用  
快速生成短剧初稿，优化剪辑节奏
- 2、特效与音效添加  
利用 AI 添加品牌 LOGO 展示特效、合作亮点标注特效  
匹配合适的背景音乐与活动氛围音效

### **第四章、公司联动营销能力提升实战**

#### **(一) 内部联动营销实战**

- 1、跨部门协作营销策划  
学习如何协调市场、产品、运营等部门制定联动方案  
通过 AI 短剧展示内部协作流程与成功案例
- 2、内部资源整合与利用  
挖掘各部门优势资源，实现营销价值最大化  
模拟内部联动营销活动策划与执行

#### **(二) 外部联动营销实战**

- 1、合作伙伴选择与洽谈  
掌握寻找优质合作伙伴的方法与谈判技巧

分析经典外部联动合作案例

## 2、外部联动营销方案设计

制定联合推广计划、活动方案与利益分配机制

利用 AI 短剧呈现外部联动营销的创意与执行

### (三) 联动营销效果评估与优化

#### 1、建立评估指标体系

品牌曝光量、销售转化率、用户参与度等

#### 2、根据评估结果优化联动营销策略与短剧内容

调整合作方式、推广渠道与短剧传播策略

## 第五章、AI 短剧在联动营销中的推广与应用

### (一) 发布平台选择

#### 1、内部平台

企业官网、内部通讯软件、员工培训系统

#### 2、外部平台

短视频平台（抖音、快手、视频号）

社交媒体、行业论坛、合作方自有渠道

### (二) 推广策略制定

#### 1、优化标题、封面与标签

突出联动营销的核心亮点与关键词

设计吸睛封面，展示合作方与活动场景

#### 2、联合推广与互动营销

与合作方共同宣传，扩大传播范围

开展线上互动活动，提升用户参与度

### (三) 跨渠道联动营销实践

#### 1、整合线上线下渠道资源

线下活动结合线上短剧传播，实现双向引流

#### 2、多平台联动推广策略

制定各平台差异化推广方案，提高营销效果

## 第六章、课程总结与成果展示

### **(一) 课程内容回顾**

- 1、系统梳理 AI 短剧创作与公司联动营销能力提升的全流程要点
- 2、强调关键知识点与技能操作的注意事项

### **(二) 优秀作品展示与点评**

- 1、学员展示创作的联动营销 AI 短剧作品
- 2、教师与学员共同点评，从剧本创意、AI 技术应用、营销效果等方面提出改进建议

### **(三) 课程资源与后续支持**

- 1、分享优质 AI 工具、联动营销素材资源
- 2、提供持续的创作指导与联动营销问题解答