

# 《引爆社群营销》

—2017年互联网营销之道

**讲授专家：李男**

**培训对象：**1、互联网时代，希望学习互联网营销技巧的人士；  
2、企业内与产品、客户接触的管理、营销、服务人士；  
3、企业内从事营销与服务工作的相关人士；  
4、希望开展互联网营销的企业相关人员；  
5、公司希望通过互联网进行营销并与客户有效互动的企业相关工作人员。

**课程时间：**2天(12小时)

## 课程背景：

- 移动互联网让网络文明回归社群时代，魅力人格体、粉丝经济、参与感、协同、场景、连接等都是社群时代的重要标签，社群时代让我们每个人和每个品牌都有机会找到与消费者连接的最便捷的路径。如果你善于经营社群，那么无论你是企业，还是个人，都将会取得巨大的成功，小米和逻辑思维就是最好的例证。我们究竟应该如何去经营社群？
- 本课程从场景、内容、传播、连接等角度深度解构了社群时代的营销、运营、商业模式与商业法则！
- “在适合的场景下，针对特定的社群，通过有传播力的内容或话题，通过社群网络中人与人连接的裂变实现快速扩散与传播，从而获得有效的传播及价值。”

## 本课程亮点：

- 本课程没有枯燥的理论，只有大量鲜明的观点、有趣的案例、实用的方法和真心的忠告，从思维和实操等多个层面为如何经营好（引爆）社群提供了有价值的洞见，让我们能直面移动互联网时代的焦虑与困惑。
- **学员主要反馈：**课程实用性强、实战易用、互联网思维与运营相结合、体系化讲解社群创建、社群营销的关键环节、与实际工作息息相关。

## 课程收益：

培训完结后，学员能够：

- 了解互联网+时代下社群创建的思路和方法；
- 掌握社群营销的具体方法；
- 掌握通过人与人的连接，快速引爆特定社群；
- 掌握推广社群的具体方法；
- 掌握社群网络结构的分析；
- 掌握撬动社会网络的中心节点，赋予传播的动力；

## 课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	移动互联网时代营销新法则	1、新的环境，营销需要换思路 2、什么是互联网时代的营销新法则	本单元让学员了解移动互联

		<ul style="list-style-type: none"> <li>3、场景能让营销更深入人心</li> <li>4、如何深入目标客户的社群</li> <li>5、内容创造是营销传播的本质</li> <li>6、如何引爆传播链条</li> </ul>	网时代的营销变化
单元二	新的营销场景	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、什么是场景 案例：从汪峰上头条看场景选择</li> <li>2、营销中的时间场景 案例：从 360 营销看时间场景的重要性</li> <li>3、挖掘日常场景中蕴藏的机会</li> <li>4、地点是场景的灵魂</li> <li>5、基于地理位置的营销</li> <li>6、如何获取客户关注</li> <li>7、让业务回归本地</li> <li>8、如何在场景中洞察消费者的购买动机</li> <li>9、情绪也是一种场景 练习：本章实践思考</li> </ul>	学习互联网时代营销场景的具体应用
单元三	新的营销阵地—社群	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、什么是社群</li> <li>2、社群分析</li> <li>3、找到目标客户所在的社群并引爆它</li> <li>4、社群是互联网入口</li> <li>5、社群对不同消费者的分类</li> <li>6、巧妙的构建目标客户社群</li> <li>7、让消费者免费帮你工作 案例：小米如何点燃社群</li> <li>9、微博和微信营销都是构建社群 练习：本章实践思考</li> </ul>	学习什么是社群，如何找到目标客户所在的社群并引爆
单元四	有传播力的内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、内容是互联网营销的根</li> <li>2、不仅要生产内容，更要规划内容</li> <li>3、给客户想要的内容</li> <li>4、标题的重要性</li> <li>5、内容风格</li> <li>6、让内容走的更远</li> <li>7、好的内容一定有故事</li> <li>8、B2B 企业如何做内容营销</li> <li>9、从消费者购买流程做内容</li> <li>10、做有传播力的内容，并进行梳理 练习：本章实践思考</li> </ul>	学习如何创作好的内容
单元五	如何打通人与人的连接	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、大众传播渠道与人际传播渠道只有一步之遥</li> <li>2、引爆流行的核心是撬动中心节点</li> <li>3、找到影响力的关键</li> <li>4、如何激发传播力</li> <li>5、引爆社群背后的社会动力学</li> <li>6、寻找那些已经在讨论我们的人</li> <li>7、引爆新用户的秘密—裂变</li> <li>8、设置病毒流行机制</li> <li>9、新产品在人群中扩散的规律</li> <li>10、点燃社交关系链，让人与人动起来</li> <li>11、社交网络中口碑和人际传播模式被放大</li> </ul>	学习如何通过打通人与人之间的连接，从而引爆传播

## 讲授老师介绍：

### 李勇

- 山东大学研究生 计算机专业
- **10 多年互联网电商平台运营实战经验**
- **10 多年企业管理与培训经验**
- 上海鲸工网 COO
- 易车配网络产品 VP
- 互联网产品及运营专家
- 互联网营销与策划专家
- 国际职业培训师行业协会认证高级讲师



曾供职于：华为高级督导，百度产品经理，易车配（车后）VP，鲸工网 COO

### 培训过的企业：

- 浙江移动、北京移动、上海移动、广东移动、湖南移动、山西移动、上海电信、贵州电信、武汉电信、辽宁电信、北京电信、上海联通、深圳联通、湖南联通、福建联通、海南联通、黑龙江移动、四川邮政局、广东邮政局、广西邮政局、云南邮政局、吉林邮政局、陕西邮政局、新疆邮政局
- 四川农信社、广东农信社、重庆农信社、山东农信社、湖南农信社、湖北农行、湖南农行、内蒙农行、上海建行、上海招商银行、广西中兴银行
- 中国人寿、人保产险、泰康人寿、中国银行、兴业银行、青岛银行
- 阿里巴巴、京东、百度
- 海尔集团、海信集团、红星美凯龙、青啤集团、浪潮集团