

后疫情时代营销突围之道

-----互联网+微信与自媒体实战兵法

互联网+微信与自媒体运营实战系统

主讲：石华彬

课程背景：

自媒体运营奇迹咪蒙，一个公众号，撑起一家公司。逻辑思维估值超过了 80 亿。白，靠自媒体文案创造了白酒营销奇迹。招商银行的公众号被广受关注，成为经典。银、电信、电力等公司纷纷开展了自媒体运营。自媒体给企业营销带来了新的研究课题，同时也给企业营销带来了新的机遇。可以这样说，自媒体已经成为每家企业必须做的营销方式，而且必须要做好，才能跟上营销新趋势。

但据调查，90%的企业对自媒体的本质认识不清，运营规划不周密，自媒体运营的效果不精准。导致开展的自媒体营销或者有账号没粉丝，或者有粉丝没内容，或者有内容没粉丝，或者有粉丝难变现。使得企业自媒体运营投入大却产出小。那到底什么是自媒体，如何给自媒体定位，如何给自媒体运营做好规划，如何吸粉、留粉和进行粉丝裂变，如何制作粉丝喜欢的自媒体内容，如何通过营销创意引爆自媒体，如何通过分析自媒体账号数据来指导自媒体运营，等等。

一些列的问题给企业带来极大的困惑和难点。本课程就是在这样的背景下开发的，为了解决以上问题和难点而设计的！

课程收益：

- 了解自媒体运营的现状、误区及趋势，掌握自媒体的 3 大落地系统
- 掌握自媒体运营的关键：粉丝运营，吸粉、留粉、裂变与变现策略
- 学习微信运营的吸粉、聚粉及留粉策略与技巧，能够策划实施方案
- 掌握微博、今日头条、快手、抖音等自媒体平台的内容运营技巧和方法
- 掌握如何通过自媒体数据分析，精准运营自媒体，能正确分析给定账号

一、学习如何提升自媒体的内容质量、策略与案例，能根据案例总结出方案

主讲：石华彬

课程背景：

自媒体运营奇迹咪蒙，一个公众号，撑起一家公司。逻辑思维估值超过了 80 亿。江小白，靠自媒体文案创造了白酒营销奇迹。招商银行的公众号被广受关注，成为经典。银行、电信、电力等公司纷纷开展了自媒体运营。自媒体给企业营销带来了新的研究课题，同时也给企业营销带来了新的机遇。可以这样说，自媒体已经成为每家企业必须做的营销方式，而且必须要做好，才能跟上营销新趋势。

但据调查，90%的企业对自媒体的本质认识不清，运营规划不周密，自媒体运营的定位不精准。导致开展的自媒体营销或者有账号没粉丝，或者有粉丝没内容，或者有内容没价值，或者有粉丝难变现。使得企业自媒体运营投入大却产出小。那到底什么是自媒体，如何合理的给自媒体定位，如何给自媒体运营做好规划，如何吸粉、留粉和进行粉丝裂变，如何打造粉丝喜欢的自媒体内容，如何通过营销创意引爆自媒体，如何通过分析自媒体账号数据来指导自媒体运营，等等。

一些列的问题给企业带来极大的困惑和难点。本课程就是在这样的背景下开发的，是为了解决以上问题和难点而设计的！

课程收益：

- 了解自媒体运营的现状、误区及趋势，掌握自媒体的 3 大落地系统
- 掌握自媒体运营的关键：粉丝运营，吸粉、留粉、裂变与变现策略
- 学习微信运营的吸粉、聚粉及留粉策略与技巧，能够策划实施方案
- 掌握微博、今日头条、快手、抖音等自媒体平台的内容运营技巧和方法
- 掌握如何通过自媒体数据分析，精准运营自媒体，能正确分析给定账号
- 学习引爆自媒体的方法、策略与案例，能根据案例给出方案
- 掌握自媒体全网营销创新思维、关键步骤及实战流程，能通过研讨出方案

课程时间：1 天

课程对象：营销系统所有人员及相关人员

课程方式：

1. 通过大量贴身案例，传授知识点
2. 利用行动学习法，现场研讨落地方案
3. 多维提问+现场演练，激发学员全程投入
4. 利用五星教学法，导入情景故事，左右全脑互动学习

课程大纲

成功案例：咪蒙公众号文章内容，篇篇十万+，一个人就是一家企业！

成功案例：江小白，白酒行业的一个自媒体营销奇迹

互动思考：自媒体就是新媒体，对吗？

第一讲：自媒体——企业新时代营销的制胜法宝

一、自媒体营销的深度认知与解构

1. 自媒体营销的最新趋势分析
2. 自媒体营销的 4 大现状、3 个误区
3. 自媒体的三大本质特点

案例：快手与抖音，为什么它们成了自媒体的新秀

二、企业进行自媒体营销的重要意义分析

1. 高效宣传品牌的需要
2. 迎合用户的心理与核心需求
3. 企业低成本高产出的需要

三、助力企业自媒体营销落地的三套系统

1. 定位系统
2. 规划系统
3. 认知系统

第二讲：自媒体的关键粉丝运营——吸粉、留粉、裂变、变现

一、吸粉——低成本高效吸粉的 16 种必杀技巧

1. 两个有粉的地方，吸了你的粉丝会成千倍的增加
2. 五种常用的活动策划引爆吸粉
3. 引爆全网营销的 8 种吸粉技巧
4. 智能吸粉设备——用 AI 思维吸粉
5. 吸粉武功秘籍——把一种常用的方法极致化

案例：个人朋友圈 4 天涨粉 10 倍案

二、留粉——没有内容，一切都徒劳，内容决定一切

1. 好内容会自动传播
2. 我们已经进入一个产品即内容，用户即媒介
3. 没有内容的自媒体运营就是耍流氓

案例：樊登读书会，靠内容撑起的自媒体营销

案例：逻辑思维，死磕内容——每天 6 点 1 分钟

案例：咪蒙，靠内容起家的自媒体奇人

三、裂变——一生二、二生三、三生万物的裂变

1. 公众号首发，朋友圈裂变
2. 公众号分发内容，今日头条、简书、喜马拉雅、微博、视频等反推
3. 现场活动，现场裂变的 3 种策略
4. 社群营销，粉丝裂变的葵花宝典
5. 其他粉丝裂变的 5 种技巧

案例：酣客公社——靠喝酒来裂变粉丝

案例：酒仙网的线上+线下百万粉丝裂变之道

案例：操盘千万粉丝的微商达人

四、变现——让粉丝有价值

1. 直接卖羊毛
2. 羊毛出在猪身上
3. 羊毛出在猪身上，让狗付钱

案例：李叫兽式的变现

第三讲：自媒体运营的重中之重——如何做好内容运营

互动思考：文案创意策划中最大的难点和困惑是什么？

一、成功案例分析——看看他们对文案和内容的诠释和演绎

1. 江小白：江小白的表达瓶——用文案和内容创造的白酒营销奇迹

2. 咪蒙：公众号文章内容，篇篇十万+，她是如何做到的

互动思考：互联网+时代下，什么样的营销文案是好文案？

二、创意篇——寻找用户A点，打造卓越自媒体营销文案的4力模型

1. 注意力：能够快速吸引用户眼球，引导阅读

1) 用“好奇心”吸引用户

2) 用“热点话题”吸引用户

3) 用“冲突”吸引用户

4) 用“趣”吸引用户眼球

5) 用“意外”吸引用户眼球

案例：海底捞的营销文案

2. 价值力：让用户感到内容对自己有益处

1) 与客户有关系

2) 让客户感到“占了便宜”而不是“便宜”

3) 能解决用户的痛点

案例：有机黄瓜的痛点营销

3. 说服力：能够让客户产生购买行为

1) 用恐惧说服用户购买

案例：怕上火，请喝王老吉

2) 通过满足自我认同来激发冲动购买

案例：依云矿泉水

3) 用“跨越理论模型”说服客户

案例：极众网络电商课程落地页营销文案策划

4) 通过“推敲可能说服模型”说服客户购买

案例：巨人脑白金的系列营销软文策划

5) 能够产生购买的6大影响武器

6) 用产品价值塑造独特卖点

案例：小米手机产品的535独特卖点提炼

7) 用从众心理效应来促进成交

案例：十个人中有七个人在喝加多宝；品类销量第一

4. 传播力：能够引起粉丝的传播裂变

1) 让文案或内容有情绪

案例：愤怒：这一次，我真的骂不动了

2) 用“同理心”激发用户转发；

3) 用“3F情”激发用户转发

案例：爱她，就请她吃哈根达斯！

4) 用“参与感”激发用户转发

案例：江小白：我有一瓶酒有话对你说……

三、实战篇——微信公众号文案策划与撰写的步骤与技巧

1. 确定文案或内容撰写的目的；

2. 做好选题，好选题就是好的营销力

3. 切入角度——精、准、狠

案例：江小白表达瓶的切入角度案例

4. 设计好文案或内容的 5 种结构

- 1) 标准金字塔式文案结构
- 2) 开门见山文案结构
- 3) 冲突优先文案结构

5. 如何策划标题，快速吸睛，增加点击率

- 1) 营销文案标题创意的 CBI 法则
- 2) 精彩文案标题撰写的两端模式与三段模式
- 3) 快速将卖点融入标题的 13 个基本句式及案例

案例：点赞过千的朋友圈三段撰写模式

6. 如何策划营销文案的开头、正文及结尾

- 1) 凤头——文案开头的 5 种写法
- 2) 猪肚——常用文案的正文的 6 中结构及三种技巧
- 3) 豹尾——文案结尾的 4 中方法