领导力与

营销管理学习系列

**增长思维训战营：源自增长黑客理论，引爆营收增长**

**主 讲：阿里巴巴零售通增长讲师、混沌大学创新教练 曾楠**

**面授时长：2天 课程费用：4800元/人**

**课程对象：营销副总/总监、市场经理、营销人员、市场研究人员等。新媒体营销团队负责人，一线运营人员。运营总监/经理/主管及运营团队执行人员。**

——进入平安、阿里巴巴等千家头部企业验证打磨，紧贴实战需求的增长实操方法论



增长八卦图



**课程收获**



**课程特色**

**企业收益：**

1、在流量难以获取的时机，找到增长的新抓手，降低获客成本；

2、系统化引入增长思维，以增长新思路，解决企业面临的增长困境；

3、培养优秀营销人才，让企业员工更快速掌握增长方法。

**岗位收益：**

1、厘清增长重点与难点，从零开始系统性构建增长路径；

2、搭建8步客户运营流程，可反复应用于企业各业务线；

3、掌握各种获客和增长工具，低成本拉新并提升转化率；

4、构建1套内部增长运转流程，让团队持续产生创新招数

5、带走1个30天增长计划，紧贴自身业务立即落地执行。

1、多维度学习方式：5天线上学习，提供完备学习资料包，结营后可反复回顾；2天线下实战演练，实战工具带回企业即学即用；

2、沉浸式训战结合：实战场景演练，模拟实际增长运行机制，从零开始构建完整增长路径。0基础入营，带30天落地方案出营；

3、针对性深度陪练：教练入组辅导，团队共练，随堂产生大量增长实验，以训练营价格达到内训价值；

4、跨行业增长共建：每桌甄选一个行业，精英同学跨界思维碰撞，结营建立增长联盟，深度链接同学资源。

**线上5天20节视频课**



01

线上学习

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 底层逻辑 | 增长本质 | 增长思维：让交易更多更快发生 |
| 基础概念 | 梳理用户旅程，降低交易成本 |
| 启动增长的两个前提 |
| 啊哈时刻：用户爽不爽，不是你说了算 |
| 增长八卦模型 | 认知 | 精准定位，让用户明确认知你 |
| 接触 | 裂变四要素：低成本批量获取用户 |
| 私域流量：把用户积累到自己手里 |
| 使用 | 行为三角：促成用户选择你的关键要素 |
| 7种增强用户动因的方法1 |
| 7种增强用户动因的方法2 |
| 首单 | 信任顾虑排除：成交是信任的递增 |
| 价格顾虑排除：如何让用户觉得不贵？ |
| 打折促销，怎么设置更吸引人？ |
| 复购 | 替换成本：让用户难以离开你的六个模型 |
| 淘宝88VIP，留住用户的增长利器 |
| 宜家的1元冰淇淋，为什么成为最高销量单品？ |
| 习惯 | 习惯回路：用户为什么养成习惯？ |
| 分享 | 分享场景：所有推荐，逃不出这几种理由 |
| 流失 | 损失厌恶：减缓用户流失的底层模型 |
| 增长文化 | 增长实验 | 让你的创意切实可行 |



02

线下大纲

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **模块一 增长的本质**  1、增长黑客理论：风靡硅谷的新商业方法论  （1）AARRR模型：技术+营销驱动爆发式增长  案例拆解：Facebook从默默无闻到20亿用户的增长历程  （2）增长黑客理论应用于中国企业的局限性  2、增长八卦模型：数字化客户运营全流程  （1）增长的两个层次：增长战略 vs增长战术  （2）增长之前，必须找到产品的“啊哈时刻”  **实战工具**：产品不可或缺性调查表  （3）增长实验机制：增长八卦在企业中落地机制  3、识别增长杠杆点  （1）北极星指标：指导长期增长的重要指标  **实战工具**：北极星指标筛选模板  **成果输出：**建立增长基本认知，掌握持续增长的两大关键点  **模块二 用户旅程梳理**  4、准确定义增长问题  （1） 交易成本：让交易困难的要素  案例拆解：海底捞如何消除交易成本  **实战工具**：交易成本分类表  （2）用户旅程：梳理客户运营流程  案例拆解：汽车4S店、线上课程的用户旅程拆解  公共案例演练：拆解京东的用户旅程  实战演练：拆解自身业务的用户旅程，找到其中的交易成本  **成果输出：**梳理客户运营流程，找到增长瓶颈的核心问题 |  | **模块三 增长实战方法**  5、增长八卦模型拆解  实战工具：增长实验5W1H描述模板  （1）接触环节：低成本高效获取客户  案例拆解：金融、零售、母婴、SaaS等行业裂变增长实验  实战演练：围绕自身业务，设计裂变增长实验  实战工具：微信生态私域流量池运营手册  实战演练：围绕自身业务，产出私域流量池运营方案  （2）使用环节：让客户快速感受到产品价值  公共案例演练：拆解拼多多百亿红包案例中运用了哪些增长方法  实战对决：拼多多百亿红包案例PK  （3）首单环节：提升客户首单转化率  案例拆解：往期学员实战增长实验  实战演练：围绕自身业务，设计首单增长实验  （4）分享环节：让口碑产生盈利  行业共建：两两联盟，为对方小组设计分享增长实验  **成果输出：**掌握客户运营的具体方法论，现场批量产生增长创意  **模块四 增长文化建立**  6、建立企业增长流程  （1）增长实验优先级排序  （2）增长例会与跨部门协作机制  （3）不同阶段的企业如何设立增长团队  实战工具：增长负责人工作模板  **成果输出：**掌握团队快速持续创新的流程机制  增长研习坊：生成本企业30天增长作战计划，授课导师点评  **成果输出：**带走一套针对企业自身业务的实战落地方案 |

****

**阿里巴巴零售通增长讲师、混沌大学创新教练**

**曾楠**



03

专家介绍

**实战经验**

16年增长领域、中央媒体、品牌营销经验。曾主导并操盘近200个增长实验，2年粉丝量增长近百万，营收5000万，用户规模与变现能力均为垂直领域头部大号；带领团队策划并开发小程序回赏，上线1天吸粉40万。为伊利、三星、国美等知名企业提供品牌与营销顾问服务。

曾负责执笔《增长思维》一书，是国内开拓并实践增长理论的先行者，蝉联京东经管类书籍榜首。独家研发的增长八卦模型已成为业内通识基础模型之一；基于多年积淀的内容能力、实战经验与创新能力，萃取出快速开发实效性课程的“三级火箭”方法论，推出系列广受企业好评的产品矩阵。

**授课经验**

主导开发增长实战课程，交付场次100+。截至目前已服务大中型企业超过300家，课程覆盖核心学员超过50000人。

**授课风格**

结构清晰，重点突出，开发设计出树形模型，既有对底层思维模型的系统解读，又有实操落地的具体指导，案例丰富有针对性，能极大提升学员自身增长“造血”能力。

**服务客户**

万科物业、阿里云、京东、钉钉、顺丰、唯品会、安利（中国）、唯品会、迈格森国际教育、墨迹天气、智通人才、唐硕、中国平安、孩子王、中国移动……

****