**短视频时代的品牌与营销**

**培训费用：4750元/人**

**培训对象**

总经理、副总经理、营销总监 、品牌经理、电商经理等公司管理层、新媒体、品牌、营销、电商项目的核心骨干团队

**主讲老师：袁嘉骏**

**前时尚集团 战略及运营副总裁**

**前字节跳动 抖音品牌负责人**

**抖音首张唱片发布总策划**

**《抖音全民艺术季》、《抖音创作者大会》总策划**

**学员痛点**

如何在短视频生态下建设、传播和发展品牌？

品牌如何用正确的姿态参与直播热潮？

如何构建适应短视频和直播生态的品牌商业模式？

**课程亮点**

紧扣最前沿话题，重点研究如何在短视频和直播的生态体系中获取品牌红利；

案例体系多元，成功案例和教训结合，知名品牌成功案例和新兴品牌探索案例结合，力求给到学员最大启发；

知识架构严谨务实，提供核心的品牌建设方法论和工具用于课堂实操，以练带学。

**课程目标与收益**

熟悉短视频平台的流量分配规则和算法机制，建立企业的内容和传播策略；

掌握品牌流量获取方法论，搭建属于企业自己的品牌流量体系；

详解品牌用户运营的三大核心模块，搭建自有的核心品牌运营体系。

**课程大纲**

PART 1 短视频平台内容消费与直播电商的流量转化

第一部分：短视频内容生产与消费

1. 媒体变迁史

 生产力变迁，从时尚杂志到短视频，内容产量差距有多大?

 生产关系变迁，从主编责任制到人人皆可创作，玩法变了吗？

 消费关系变迁，短视频时代，取悦用户还是取悦算法？

2. 短视频平台内容消费逻辑

 内容生产及运营机制，抖音快手B站小红书视频号，靠什么来生产内容？

 内容玩家的生存法则，内容吸睛，做爆款还是批量生产？

 算法与内容消费，你面对的用户不仅仅是用户，还有他的外脑——手机

第二部分：直播电商与流量转化

1. 流量本质和最后的流量红利

 抖音快手的短视频时代

 短视频平台最后的内容红利

2. 中文移动互联网流量象限图

 公域流量和私域流量

 流量寻租和丛林法则

3. 流量与电商变现

 算法分发，抖音电商一年成交5000亿的底气

PART 2 如何获取短视频时代的品牌红利

第一部分：短视频时代的品牌机会

1. 为什么传统的品牌模型会失效？

 智力模型和品牌的价值

2. 流量时代下的品牌机会

 打造爆品

 内容营销

 用户营销

3. 短视频时代的品牌流量和运营技巧

 流量竞争力四大法则

 MCN的演变

 信息行动比

第二部分：品牌内容与流量矩阵

1. 品牌内容与直播带货分层

 品牌内容分层：从付费媒体到自媒体

 直播带货分层：从罗永浩董宇辉到品牌直播间

2. 如何打造品牌内容矩阵

 第一步：贴标签，取悦算法，而非人类

 第二步：团队作战，如何进行品牌整体内容矩阵设计

 第三步：拼勤奋，直播是内容的重要组成部分

PART 3：互联网平台的品牌建设与短视频营销获客

移动互联网平台品牌建设

1. 移动互联网品牌与传统品牌的差异

 互联网品牌建设的两短两长

 企业生存周期

 品牌价值传递

2. 从抖音品牌体系搭建说起，移动互联网品牌需要怎样的认知？

 品牌主张与品牌认知

 IP打造与效果评估

3. 如何借助短视频平台打造品牌

 内容矩阵

 高效投放

 品牌变现

4. 2023年短视频营销蓝海，全员短视频获客矩阵

 短视频赛道常见企业用户画像

 企业短视频实践避坑指南

 企业短视频最小阻力路径：全员短视频实战分享