**企业如何使用短视频直播、私域等新媒体实现业绩倍增**

**课程费用：4200元/人（包含课程资料、学习费、茶歇等，可统一安排午餐：30元/人/餐）**

**举办单位：深圳市中企智汇企业管理咨询有限公司**

**课程地点：深圳**

**课程时间：11月1-2日**

# 课程背景：

# 对企业来说，商业目标的最小单元，就是推动交易的发生。而交易的过程，伴随着资金流、物流、信息流的大量传递与交互。这其中，信息流贯穿着企业经营的各个阶段。媒体作为信息流通的载体，在企业的应用必不可少。

# 近二十年，我们能够看到，当媒体工具发生变化，基于媒体所做的信息传播的管理运营工作也发生了巨大的变化，对内的宣传、对外的营销都是如此。从传统的内刊到现在的企业公众号，从传统的广告到现在的图文短视频，媒体运营人必须快速学习并适应。

# 另一方面，受众也在变化，从信息稀缺到信息爆炸，受众对于媒体传播的内容越来越挑剔。受众是如何接收信息的？进入大脑的信息是如何影响决策和行为的？这种影响能否通过运营手段进行刻意引导？作为媒体运营人，我们也必须研究内在的机制并应用与日常工作。

# 所以，新媒体运营操作密码这门课程，通过对“媒体工具”和“受众心理”这两个核心的研究，探究新媒体运营的具体操作方法。其中包括：新媒体运营如何做顶层设计、新媒体平台逻辑如何解析匹配、新媒体IP如何定位塑造、新媒体账号如何包装起号、新媒体内容如何规划选题库、新媒体内容如何做出爆款、新媒体粉丝如何运营维护、新媒体私域如何持续转化、新媒体直播如何管理推动。

# 课程收益：

1. 掌握企业新媒体运营顶层设计
2. 打通企业新媒体营销核心共识
3. 了解企业新媒体运营典型模式
4. 掌握主流新媒体平台运营逻辑
5. 掌握企业新媒体内容创意技术
6. 掌握企业新媒体内容创作模型
7. 掌握图文内容创作流程与技术
8. 掌握短视频创作拍摄剪辑技术
9. 掌握直播数据分析与运营技术
10. 掌握直播流量倍增与成交技术
11. 掌握直播脚本编制与选品技术
12. 掌握直播硬件调试与场景技术
13. 掌握AI赋能内容创作与直播技术
14. 掌握私域营销结构化设计技术
15. 掌握私域精细化运营促活技术
16. 掌握私域高效率高比例转化技术

# 课程大纲：

**第一单元：市场、媒体**

1. 超级媒体带来超级价值
   1. 破除迷障-不以推动交易发生为目的的商业行为都是耍流氓
   2. 积极思考-新媒体账号、图文、短视频、直播如何促进交易发生
   3. 核心模型-基于AISAS的营销核心全链路地图构建
   4. 引起注意-初创品牌如何实现1个月2亿次高频展现
   5. 引发兴趣-1条笔记内容如何为企业带来200+销售线索
   6. 助力探索-企业如何通过IP塑造实现营收大幅提升
   7. 促进成交-一个创意如何为企业带来1200万销售业绩
   8. 推动传播-老客户转介绍在新媒体时代的极简化操作
2. 抽丝剥茧构建认知体系
   1. 媒体与营销-近2个世纪以来媒体变迁史
   2. 新媒体营销-三大核心功能与营销应用
   3. 案例：一个关键词丢失3条销售线索-避坑分析
   4. 个人媒体权-新媒体带来的Marketing部门组织变革
   5. 案例：达人、MCN、企业Marketing部门三方博弈解析
   6. 信息的传播-新媒体与传统广告传播路径差异
   7. 案例：脑白金广告放到现在会怎样？
   8. 营销的内容-边际成本与信息承载量对营销内容的影响
   9. 案例：怕上火喝王老吉背后的传播学苦衷
   10. 品牌的建设-多元化途径与双向化通道对品牌建设的影响
   11. 平台的逻辑-抖音、快手、小红书、视频号、B站平台逻辑与应用
   12. 营销与整合-内容、搜索、社交如何构建企业媒体应用全域体系

**第二单元：模式、账号**

1. 以终为始反推应用模式
   1. 基于品牌影响力目标的企业新媒体营销应用模式
   2. 案例：新华联模式、老乡鸡模式分析解读
   3. 基于用户增长目标的企业新媒体营销应用模式
   4. 案例：中国联通模式、网红直播模式分析解读
   5. 基于业务GMV目标的企业新媒体营销应用模式
   6. 案例：茶叶、手机膜、大妈男裤模式分析解读
   7. 短视频内容带货模式的投入产出评估与操作模型
   8. 直播带货模式的投入产出评估与操作模型
   9. 私域引流变现模式的投入产出比评估与操作模型
   10. 新媒体营销投与产、质与量、品与效的三维评估模型
   11. 企业新媒体应用现有市场、行业分析报告解读
2. 账号I P打造关键技术
   1. IP打造的核心逻辑-关系影响价值
   2. 案例：小米、苹果、福耀玻璃、冬奥会、罗永浩
   3. IP打造的时代特征-个人&官方
   4. 案例：东方甄选与董宇辉IP互补分析
   5. IP打造的四维模型-方法论
   6. 案例：疯狂小杨哥
   7. IP彰显的资料包装-诊断工具
   8. 案例：4个账号资料的分析解读
   9. IP 打造的三个方向与样板分析
   10. IP维系与营销内容输出的结合
   11. 思考：你的IP要如何打造、彰显、维系

**第三单元：创意、爆款**

1. 内容创意生成关键技术
   1. 内容创意靠灵感-传统创意方法在新媒体时代的局限
   2. 内容创意支撑营销目标-支撑逻辑与反向推理四步模型
   3. 案例：招兵买马广告怎么打
   4. 行为层-创意行为层目标设定的3M经典模型
   5. 案例：一瓶牛奶的3M目标商业现象对照
   6. 认知层-创意认知层匹配的马斯洛30+心理对应
   7. 案例：某医院公众号图文的标题改善案例
   8. 支持层-创意支持层的理性与感性双向路径与BFD模型
   9. 案例：招商银行-世界再大，大不过一盘番茄炒蛋
   10. 表达层-媒介即讯息，不同媒介的不同创意表达形式
   11. 符号学、心理学、传播学在内容创意与表达中的应用
   12. 如何使用五步模型生成147条营销内容创意-工作流程
2. 爆款内容优化关键技术
   1. 案例：内容市场现状与6种常见爆款的拆解分析
   2. 从交易视角分析爆款背后的内在逻辑与典型特征
   3. 价值第一-内容能够带给受众什么价值
   4. 案例：中国联通账号6条内容的价值分析
   5. 关系视角-内容能够和用户经营何种关系
   6. 案例：交个朋友2条短视频的IP解读
   7. 平台匹配-内容是否符合平台逻辑和调性
   8. 案例：同样的一个产品介绍，放在不同的平台应该怎么做短视频
   9. 圈层赋能-内容是否具备流量密码元素
   10. 案例：黑丝、小猫、王者荣耀
   11. 热点借势-内容是否能够借势当下热点
   12. 案例：挖呀挖呀挖&阿以冲突
   13. 短视频内容创作核心流程与管理把控

**第四单元：脚本、AI创作**

1. 短视频脚本制作关键技术
   1. 短视频脚本的三大类型，决定创作效率的关键
   2. 分镜脚本的两种常见类型与创作特点
   3. 分镜脚本的资源支撑与人才配套评估
   4. 案例：剧情类、宣传类内容分析拆解
   5. 提纲脚本的两种常见类型与创作特点
   6. 提纲脚本的资源支撑与人才配套评估
   7. 案例：问答类、访谈类内容分析拆解
   8. 文学脚本的两种常见类型与创作特点
   9. 提纲脚本的资源支撑与人才配套评估
   10. 案例：剧情、精作、问答、记录、口播、旁白6条短视频创作分析
   11. 思考：根据你目前的资源和人才情况，你适合哪种？
   12. 思考：如何保证每天输出2条以上短视频？
2. AI赋能短视频创作10倍效率提升技术
   1. AI话题创意器
   2. 从话题到内容
   3. 案例：基于一件产品，批量生成话题和内容-演示
   4. AI内容生成器
   5. 从想法到内容
   6. 案例：基于一个目标，批量生成话题和内容-演示
   7. AI结构组合器
   8. 从结构到内容
   9. 案例：基于结构定义，批量生成话题和内容-演示
   10. AI风格模仿器
   11. 从学习到内容
   12. 案例：基于风格定义，批量生成话题和内容-演示
   13. AI无法替代一个人所有的工作，但是他可以替代所有人工作的30%

**第五单元：拍摄、剪辑**

1. 短视频拍摄关键技术
   1. 短视频拍摄-核心要素
   2. 画质控制的四个要素
   3. 保证镜头稳定的两个方法
   4. 演示：提升稳定性的持握与运动演示
   5. 构图的三种常用模式
   6. 景别控制与应用：远、全、中、近、特
   7. 案例：一个典型场景的不同景别应用分析拆解
   8. 运动控制与应用：推、拉、摇、移、跟
   9. 角度控制与应用：正拍、俯拍、侧拍
   10. 短视频拍摄的两种典型场景与技巧
2. 短视频剪辑关键技术
   1. 短视频剪辑-软件认知
   2. 剪映基础与账号同步
   3. 认识界面：四大区域与功能
   4. 剪辑的三大基础操作技巧
   5. 案例：口播类视频的剪辑演示
   6. 短视频剪辑流程对效率的提升
   7. 短视频剪辑进阶技巧：画中画、蒙版、关键帧、音乐音效
   8. 案例：炫酷开场中的画中画、蒙版、关键帧应用
   9. 案例：多音乐拼接的处理技巧演示
   10. 短视频剪辑质量评估的11大要素

**第六单元：图文创作、小红书笔记**

1. 笔记选题与创作策划
   1. 结合营销策划的笔记选题
   2. 结合时间节点的笔记选题
   3. 结合社会热点的笔记选题
   4. 案例：双十一活动的小红书选题与话题矩阵构建拆解
   5. 系列创作策划技巧
   6. 笔记标题与封面设计
   7. 案例：典型表款笔记的标题与封面解析
   8. 可以直接套用的笔记标题的四个套路
   9. 封面设计-向爆款笔记学习封面设计的两个方法
   10. 文案策划与细节优化
   11. 小红书文案策划的两种常见结构
   12. 细节优化的4个注意事项
   13. 图片处理的进阶技术
   14. 两种图片处理的模式
   15. 色彩与美学
   16. 关键词与营销应用
   17. 单个账号多篇笔记的关键词趋同标签
   18. 多个账号话题矩阵的关键词应用技巧
2. 营销笔记优化与平台玩法
   1. 道：价值的六种形态
   2. 道：算法的两个核心
   3. 法：表达视角的转换
   4. 法：圈层标签的加持
   5. 术：热门话题的借力
   6. 小红书平台新玩法与营销应用
   7. 小红书平台营销活动的三个目标方向
   8. 小红书平台营销的六种典型玩法

**第七单元：直播、数据**

1. 直播带货关键操作技术-数据与运营
   1. 曝光进入
   2. 平均停留时长
   3. 商品点击
   4. 点击转化
   5. 转粉加团
   6. 关键指标分别指向哪些运营工作？如何优化？
   7. 案例：客户直播间相关数据指标分析现场演示
2. 直播带货关键操作技术-复盘与改善
   1. 直播复盘与的主观、客观两个方面
   2. 直播数据分析：转化漏斗分析与改善措施
   3. 直播数据分析：分钟级拆解与改善措施
   4. 直播数据分析：多长数据对比与改善措施
   5. 直播岗位复盘：主客观对比与工具表格演示

**第八单元：流量、成交**

1. 直播带货关键操作技术-流量与承接
   1. 直播间流量的六大来源
   2. 付费流量、内容流量、自然流的三角关系
   3. 如何获得更多自然流-操作方法
   4. 提升平均停留时长的两个核心方法论
   5. 案例：直播开场8分钟流量承接话术模板与现场演练
2. 直播带货关键操作技术-销售与成交
   1. 直播手卡的制作方法与主要作用
   2. 定义客户：谁为产品买单
   3. 定义用户：谁来使用产品
   4. 定义买点：从卖点到买点的价值塑造
   5. 呈现体验：基于五感的体验描述
   6. 促单成交：基于损失厌恶、比例偏见、观念植入的促单方法
   7. 案例：抖音头部直播间-交个朋友-手卡样板与现场演练

**第九单元：脚本、货品**

1. 直播带货关键操作技术-脚本与编制
   1. 直播脚本的格式与编制人员定义
   2. 直播脚本编制的两步走策略：保证节奏、保证语言习惯
   3. 直播脚本编制的6步基本流程
   4. 直播脚本编制与AI技术应用提效
   5. 案例：交个朋友直播间脚本拆解分析
2. 直播带货关键操作技术-选品与组品
   1. 直播间选品的前期调研与匹配
   2. 直播间产品定义的三种类型
   3. 引流品定义与核心特征
   4. 爆品定义与核心特征
   5. 利润品定义与核心特征
   6. 案例：直播间组品排品的六大通用模型解析与典型案例对照

**第十单元：话术、呈现**

1. 直播带货关键操作技术-结构性话术
   1. 直播开场结构性话术与技术要点
   2. 直播结语结构性话术与技术要点
   3. 直播讲品结构性话术与技术要点
   4. 直播互动结构性话术与技术要点
   5. 直播异议应对结构性话术与技术要点
2. 直播带货关键操作技术-形象与呈现
   1. 主播镜头呈现的四个关键要素
   2. 主播状态提升的三个技术
   3. 主播镜头感提升的四个训练方法
   4. 主播形象打造的5步诊断表格
   5. 主播呈现训练的短期速成大法与现场主播呈现打造演示

**第十一单元：硬件、管理**

1. 直播带货关键操作技术-场景与搭建
   1. 直播场景搭建的三代进化
   2. 直播间场景搭建的六个方法
   3. 运用绿幕技术的直播间低成本场景搭建方法
   4. OBS推流软件操作与场景拓展
2. 直播带货关键操作技术-管理与复盘
   1. 直播在不同阶段的团队组织架构
   2. 直播关键工作岗位职责与分工
   3. 直播关键岗位薪资结构与激励设计

**第十二单元：私域、体系**

1. 流量运转的终极战场：私域运营
   1. 从单次转化到多次转化：新战场、新任务
   2. 从阶段体验到全生命周期体验：新体验、新增长
   3. 私域营销价值的两个核心：企业收益与客户体验
   4. 私域营销视角下的全域流量经营逻辑：全域营销
2. 私域营销核心体系结构
   1. 私域营销3X3X3核心体系
   2. 私域获客与评估标准：质量、数量
   3. 私域运营与评估标准：粘性、信任
   4. 私域转化与评估标准：比例、效率
   5. 基于行业、产品、品牌特征的私域体系诊断

**第十三单元：获客、运营**

1. 私域获客路径与操作技术
   1. 私域获客的核心路径：原有业务导流
   2. 业务导流操作技术与落地模型
   3. 私域获客的爆发路径：内容获客
   4. 内容获客操作结构与整体布局
   5. 私域获客的金牌路径：分享转介
   6. 分享转介的两大核心操作方法
2. 私域运营铁三角与操作技术
   1. 提升客户粘性的牵引体系
   2. 牵引体系基础：MOT与体验设计
   3. 牵引体系进阶：利益与权益设计
   4. 提升客户信任的互动体系
   5. 四大互动关键时刻提升客户信任
   6. 互动的三大准则与常见操作
   7. 提升匹配精准度的标签体系
   8. 标签建立流程与科学标准
   9. 标签的营销应用五大场景

**第十四单元：承接、转化**

1. 私域转化的三大模块与操作技术
   1. 销售漏斗与产品漏斗的匹配设计
   2. 三大类核心产品的设计配套
   3. 价值塑造的三重进阶与销售转化提升方法
   4. 价值塑造要规避的六大障碍
   5. 如何通过线下渠道实现私域转化提升
   6. 如何通过新媒体渠道实现私域转化提升
   7. 如何通过搜索电商渠道实现私域转化提升
   8. 战略眼光下的私域客户承接、转化、更新、迭代

**第十五单元：AI工具、10倍提效**

1. AI在营销大结构中的应用（ChatGPT）
   1. AI如何帮助市场调研和用户分析-生成报告
   2. AI如何帮助生成市场推广方案-生成方案
   3. AI如何帮助实现客户沟通和推动-生成邮件、信息
   4. AI如何帮助进行数据分析和复盘-生成代码
2. AI在内容营销、直播带货、私域营销中的应用
   1. AI如何批量生成营销内容创意
   2. AI如何批量生成营销内容文案
   3. AI如何优化生成爆款视频脚本
   4. AI如何帮助制作完整直播脚本
   5. AI如何帮助制作营销推广图片/海报
   6. AI如何帮助制作工作演说PPT
   7. AI如何帮助私域营销触达与转化提效

****

**李中生 老师**

——互联网营销实战导师

全域营销操作系统（CAP-SYSTEM）创始人

主播行为化技能提升-权威教练

红点MCN机构首席直播运营官

曾任HP（皮草）中国区品牌总监

曾任Mona Lisa销售总监/全国培训总监

中国邮政、长沙银行、阿迪达斯、安踏、黑马城市学院、新华联集团等多家企业特聘讲师

【个人简介】

十多年来，历任国际国内大中型企业销售总监，品牌总监，培训总监等职务，擅长新媒体营销和企业销售课程。课程以“结构性”和“实操性”著称，学员满意度95%以上。同时，因授课风趣幽默，富有激情，内容结构严谨，落地性强，李老师被学员誉为“最接地气的实战导师”。

在移动互联网带来的巨变市场环境下，李老师精研线上线下打通和生意增长模式。在“服务营销”， “新媒体营销”，“直播电商”方面，在消费、金融、酒店文旅等多个领域为多家企业营销升级提供理论支持和实战训练。

先后为银科控股、长沙银行、新华联集团等企业提供新媒体营销课程和辅导，在微信和社群营销、短视频内容营销、全域营销方面为企业提供赋能支持。其中，新华联文旅“一抖成名”项目实现4000万次以上曝光；中国邮政新乡地区实现全国排名前三的骄人业绩。辅导某金融集团财经账号“婉约财商”1个月涨粉3.7万、账号“财经林妹妹”1个月涨粉21万、账号“叨哥财经”单条视频平均点赞由2400提升至6000.

担任红点MCN机构首席直播运营官，策划运营多场实体企业转型直播带货。帮助湖南一鞋企培训30余名导购主播，1个月直播160余场，实现整盘业绩翻倍，更助推了粉丝向私域流量池的精准转化。主导实施某服饰品牌1000余家连锁店的“直播站”打造项目，培养出一批优秀的品牌导购主播，成功实现品牌业绩在疫情环境中逆势增长130%的结果.

同时，李老师积极参与政府“助农扶贫”项目，与山西，河南等多地商务局合作，助推本地农村直播电商建设。

系列课程曾服务于：红点MCN主播技能提升6期，扶贫助农主播训练课2场，阿迪达斯CAP系列课6期，安踏成交技巧公开课4期，集美广场直播电商培训，FILA品牌直播电商培训，黑马城市学院营销培训，冷酸灵牙膏服务营销培训等。

【主讲课程】

新媒体方向：

《品牌战略规划与互联网赋能训练营》、《移动互联网背景下企业四维营销》

《新媒体营销全案》、《银行-新媒体营销与线下网点转化》

《短视频内容营销与直播带货》、《微信生态内容营销与私域转化》

《微信视频号操作与营销赋能》

《个人IP打造与品牌转化》、《主播定位与素质技能提升》

营销方向：

《数字化营销与客户转化升级》、《营销增长黑客》

《营销四维诊断与操作模型》、《精准营销私域锁客与会员管理》

《私域锁客-精准营销》

《产品定价策略与营销应用》

《消费心理与营销技巧-落地实训课》

零售终端：

《互联网时代零售实体店运营与管理》、《标杆店长-业绩超越与门店传承》

《先锋督导训练营》、《金牌导购-职业技能训练》、《门店带教与赋能技术训练课》

【服务客户】

商学院：北清智库商学院、时代光华、北大博雅俊、黑马城市学院、北坪优教商学院、中清商学院、易进新媒体学院、红点MCN机构

零售类：央视网、用友集团、蒙牛集团、正大集团、中国黄金、大商集团、百丽集团、安踏体育、集美家居、登康集团、斐乐品牌、阿迪达斯品牌、萃华珠宝、紫薇时尚、乔丹体育、丹姿集团

金融类：中国工商银行、中国建设银行、长沙银行、中国邮政、农商行、中国平安保险、中邮保险、人保财险、银科控股集团

电力通信：国家电网、核电企业、中国移动、山东烟草

地产文旅：碧桂园、易居、新华联集团

汽车家电：上汽通用五菱、老板电器、圣劳伦斯、博西家电

政府合作：晋城市商务局、迁安市委组织部、衡水市工信局、深圳市福田区委

【学员评价】

周末开课，很多同学只听上午，下午就走了。李老师的课是个例外，不仅没人走，还有企业下午临时加人。内容有深度，训练有收获，落地有模型，现场有氛围。大家开开心心的就把自己企业的营销做了一次诊断和升级。 ——创业黑马 榆林城市学院 班主任 邱老师

李老师的课，很接地气，一线销售出身的老师给大家带来的课程，真正是今天学，明天用。让高大上的理论模型，也有了吸引人的烟火气。 ——碧桂园 贵阳区域 张经理

现在生意很不好做，出路在哪里，很难找到一个线头。这个课程给了我一个线头，社群经营、短视频营销、直播带货不再停留在书面上，而是渗透到了营销、管理、服务的方方面面。

——邯郸 紫薇时尚 总经理 王艳君

李老师的课听着很有感觉，一个案例接着一个案例，听着幽默但又不是逗乐的那种，让人乐完了还能有收获，这个很厉害。 ——深圳 生之达 总经理 王永生