



KART(知行果时)

企业微信私域运营实战培训方案

——抓住企业微信机遇 突破私域营销瓶颈

2024年

目录

01

企业微信私域运营培训
背景

02

企业微信私域运营核心
方法论

03

企业微信私域运营课程
设置

04

企业微信私域运营课程
大纲

05

企业微信私域运营培训
方案实施流程

目录

01

企业微信私域运营培训
背景

02

企业微信私域运营核心
方法论

03

企业微信私域运营课程
设置

04

企业微信私域运营课程
大纲

05

企业微信私域运营培训
方案实施流程

企业微信带来全方位、场景化的传统营销方式的重大变革

	营销渠道	营销方式
过去 单一渠道	 网点营销  电话/短信营销	 与客户面对面直接沟通了解客户  通讯类批量营销
现在 全渠道	 网点营销  电话/短信营销  APP	 通讯类批量营销  线上自有渠道运营
	 微信	 个人微信触达 12亿人高频使用的微信渠道并未被金融机构高效利用
未来 超越渠道	 - 全方位、场景化 - 沉浸式无感触达	 - 客户分层及深入洞察 - 人机结合的全面触达 - 技术与大数据全面驱动 - 未来的营销在每个人的生活、工作与社交场景中 - 由之产生的数据具有最大价值

企业微信——将服务延伸至12亿+用户的超大流量微信场景

企业官方标识



增强信任

与微信无缝连接



获客基础

多样化工具赋能



服务效率

数据化经营



决策升级

企业微信的核心价值点在于连接与合规

企业微信连接微信13.068亿+客户，帮助更好触达客户、提供服务、沉淀客户关系



一切流量的归宿都在私域，全面开展企业微信私域运营工作，是大势所趋、势在必行！

- **私域运营就是对企业或个人自主拥有的、无需付费的、可反复利用的私域流量的运营。**私域运营是指通过数据分析和精细化运营手段引导用户的兴趣点和行为习惯，将公域流量引流到自己私域（APP、小程序、微信公众号、企业微信社群、微信好友等），把公域用户转化为的私域用户。
- 私域运营注重用户关系的建立和维护，通过与用户的互动、沟通以及准营销和服务，挖掘短期用户需求、真实购买实力以及中长期价值，建立专业与情感信任，能够持续提升用户忠诚度和消费频次，并建立起稳定的用户关系，增加用户多重粘性，减少用户的随意流失，从而实现用户价值的稳定化、长期化、最大化。



• **无需付费**



• **随时随地**



• **直接触达客户**



• **线索全面管理**

- 私域是指品牌拥有可重复、低成本甚至免费触达用户的场域。私域业态是线上线下一体化的品牌自主经营阵地，也是品牌自主发展、全面掌握客户关系、线上线下联动的一个新业态。**私域流量可被定义为沉淀在品牌或个人渠道的，可随时及反复触达的，能够实现一对一或一对多精准运营的用户流量。**从广义角度来看，私域流量包含品牌自有触点、去中心化平台触点及其他公域平台的私域入口。
- “私域流量”是从2019年开始流行的一个热词，私域流量的发展离不开社交链，像社群、微信个人号、企业微信号、朋友圈、社区以及品牌的官网、APP、小程序和各种平台账号等是较为常见的“私域流量池”，强调流量的专属性，是品牌方自主掌控并复用的流量。**对业务伙伴而言，私域流量就相当于承保了一个专属的池塘，将您的用户圈在您的池塘中并持续运营，达到客户转化的目的。**

企业微信私域运营能够带来多方面的价值：可以帮助快速实现批量化、精准化、智能化、场景化营销，实现低成本获客，打通连接客户的“最后一公里”

3、数据资产化

建立统一数字化触点，收集用户行为信息，通过基础标签、行为标签及多渠道数据整合，实现更清晰的用户画像。企业微信帮助做到客户运营批量化以及精准化营销。

跨渠道数据资产，数据驱动整体运营



营销渠道

1、服务精准化

企业微信能够高效地运营私域流量，可以基于客户画像建立高效的客户服务关系，为客户提供咨询、活动、权益、售后、关怀、特权等精准化服务



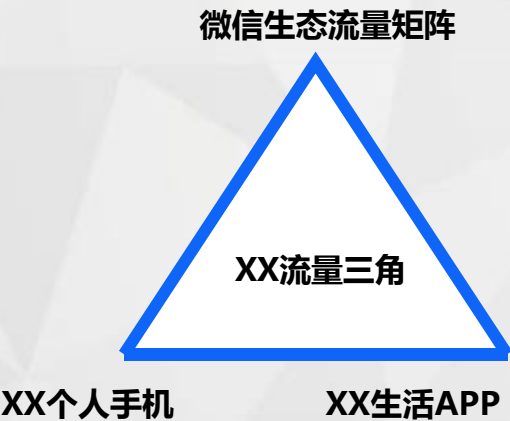
2、获客智能化

高效的自动化营销工具匹配大量的营销素材、营销模板帮助品牌更好的活跃客户，培养超级用户同时裂变更多新客

XX国有银行-企业微信渠道搭建现状，私域价值创造力初显

XX银行零售营销运营框架

“流量三角”是XX银行零售营销运营架构方法论。三角形的两个底角是个人手机 和 XX银行生活APP；顶角是XX银行的微信等高频流量生态，微信流量生态包括 两部分：一是公众号与视频号共同构成 的微信矩阵公域流量；二是由XX银行员工构建的企微私域流量。



成果总结



累计好友数 1100万+



云工作累计访客 4710万



资产配置实现 7000亿

企微项目里程碑



精细化运营探索



分层经营

20万以下长尾客户进行本部直营，对20万以上价值客户由网点专营



分群经营

“分群”则是依据客户画像，围绕车主、养老、县域等客户共同属性或共性需求，从纵向切入深度服务客户。



分级经营

整合各项产品权益，打通客户自激励进阶路径，打造线上自助式、智能化任务体系，让客户时时处处都可享受专属服务

XX国有银行一部分试点分行率先建立分行直营团队

XX银行深圳分行直营团队： 15名直营经理管理客户规模相当于1000位客户经理， 资产规模相当于15个网点， 每月实现投资理财产品销售近20亿。

1 个直营经理

服务 2 万名客户

管户效能提升 60 倍

直营团队



模式A

- 团队挂于一级分行，约10-30人
- 认为分支行人员能力有限，故直接从各部门抽调成员



模式B

- 团队挂于二级分行/支行， 50-100人
- 从分支行抽调成员，非全职执行直营事项

团队构成

常规

直营中台团队

- 挂于一级分行，负责数据洞察指导业务、设定策略框架、制定SOP、管理KPI和资源协调
- 规模2-15人不等，人员来自个金部数据价值运维团队、个金其他团队产品专家、数字化办等

企业微信经理团队

- 挂于二级分行，负责日常企微客户经营和企微经理的管理，一般对下辖二级分行全覆盖
- 规模15-70人不等：从分支行抽调业务员工，二级分行设置对接管理角色

个性化

外呼团队

- 挂于一级分行，配合中枢团队执行外呼+企微联系的需求
- 规模2-20人不等： 95533外呼专线+外包人员

场景生态团队

- 挂于一级分行，搭建场景生态赋能业务
- 规模1-18人不等：XX生活场景生态团队+其他场景生态团队

目录

01

企业微信私域运营培训
背景

02

企业微信私域运营核心
方法论

03

企业微信私域运营课程
设置

04

企业微信私域运营课程
大纲

05

企业微信私域运营培训
方案实施流程

DSA工作坊方法论：调研诊断、培训研讨、辅导行动一体化解决方案

调研诊断目的：问题提出与明确、培训需求分析及培训目标分析

调研诊断时间：正式培训前2周

调研诊断方法：电话沟通、线上会议、现场访谈、资料收集与分析、调查问卷、专题研讨、SWOT分析

课前准备工作：培训方案设计、学员确认、分组确认、课题确认、建立微信学习群、辅助学习资料共享及学员学习、启动会设计策划、培训教学物料准备、客户内部问题及案例收集、培训研讨表格工具准备、工作坊项目管理办法、学员整体画像及基本情况了解、客户内部宣传造势

培训时间：根据客户要求合理安排

培训方式：现场授课、线上直播或线上录播

培训内容：根据客户要求确定

研讨时间：根据客户要求合理安排

研讨安排：分组要求、研讨要求、研讨方法

研讨主题：根据客户需要解决的问题或研讨的课题确定

辅导方式：线上、线下、一对一、一对多、月度、季度、年度辅导

辅导内容：辅导学员团队共创、输出解决方案、行动计划、汇报PPT、个人发展计划（IDP）等项目成果，持续学习内容建议

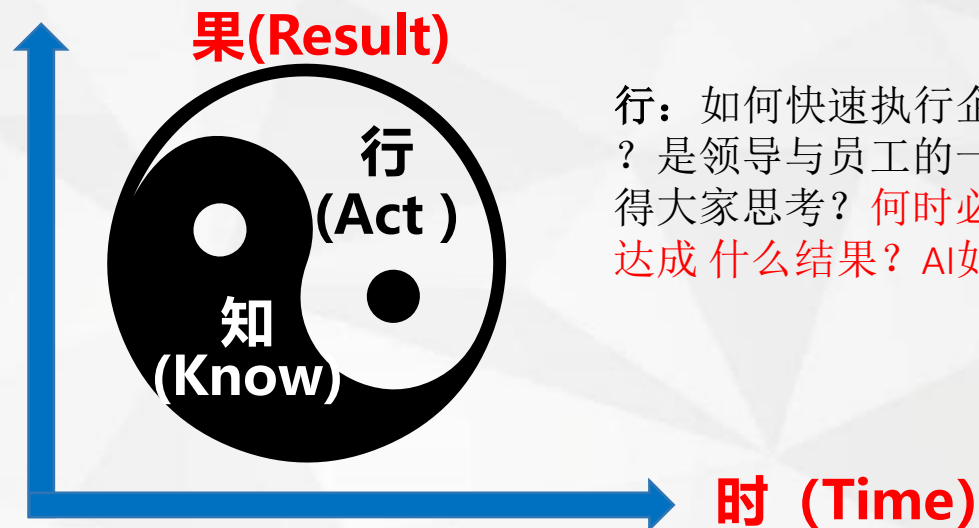
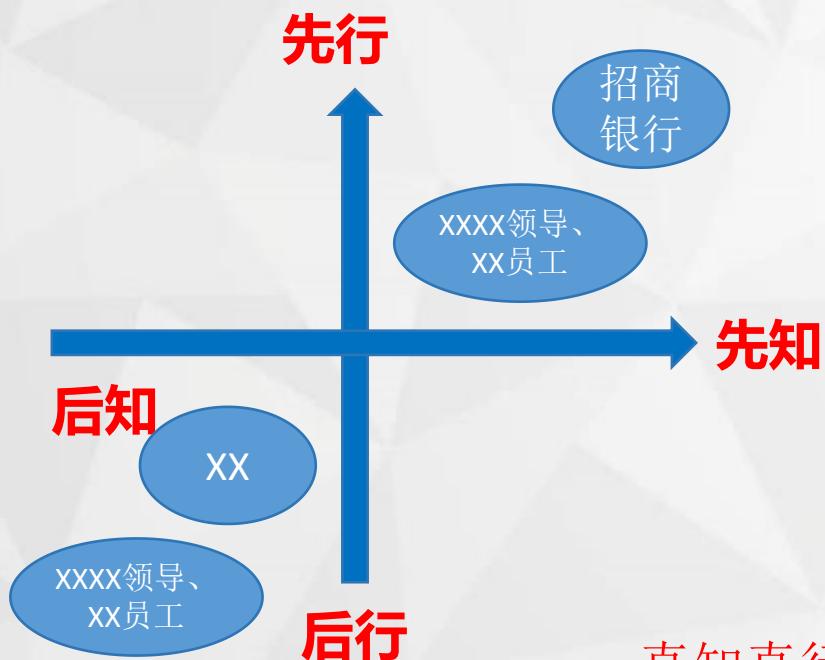
学员行动：作业完成、学习总结、方案汇报、学习转化、知识应用、个人行动、团队行动、问题解决、成果汇报等

结果复盘：结果分析、结果评估、结果应用，包括成果展示、评优颁奖、案例总结、项目总结、成果分享、复制推广等。定期复盘行动带来的结果变化，包括思维转变、知识升级、态度转变、能力提升、业绩提升等，发现新的差距、分析核心原因、提出改进对策，持续迭代改进。



企业微信私域运营最简单、最高效的方法论：KART(知行果时)方法论，从4个维度思考并帮助改变认知、快速行动、收获硕果，实现知行合一、知行果合一！

知：很多领导、员工是否对企业微信私域运营有正确的认知？有没有建立统一的认知？何时必须知道？如何做到真知？达成什么结果？AI如何赋能真知？



行：如何快速执行企业微信私域运营行动方案？是领导与员工的一大难题，未来如何行动值得大家思考？何时必须行动？未来如何真行？达成什么结果？AI如何赋能真行？

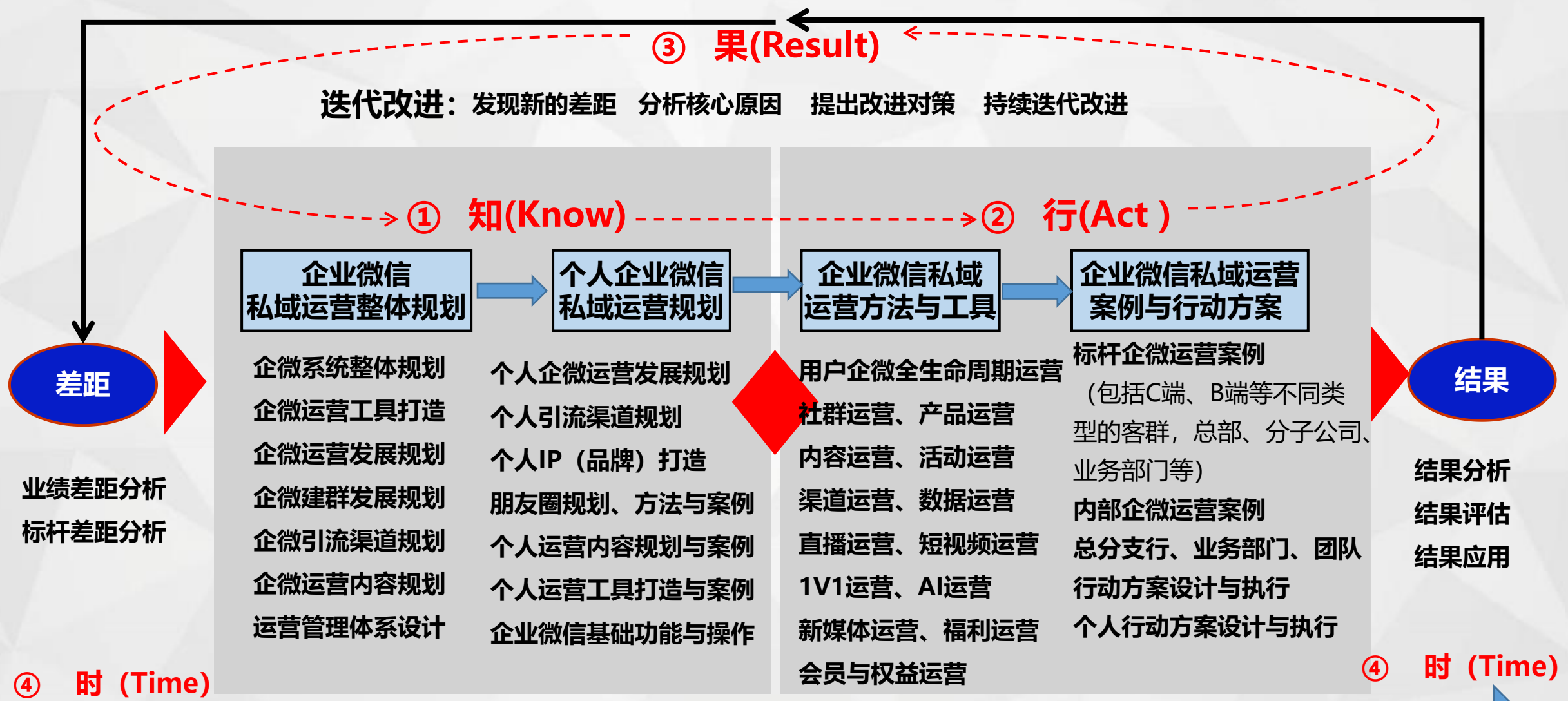
错知错行
无知无行
假知假行
真知真行
先知先行
后知后行

中国5000年历史2.5个圣人之一的王阳明首先提出知行合一哲学思想！

习总书记强调“领导干部特别是高级干部必须从知行合一的角度审视自己、要求自己、检查自己”！

真知真行、先知先行是实现知行合一、知行果合一的重要途径！
知行果合一是指：我们不仅要知道、要行动、还要有好的结果！

KART(知行果时)企业微信私域运营核心方法论（作战地图）



AI赋能私域运营目标管理、计划管理、时间管理, 私域运营及时、时时赋能年度营销规划落地 (包括开门红、半年冲刺、收官大战等)

目录

01

企业微信私域运营培训
背景

02

企业微信私域运营核心
方法论

03

企业微信私域运营课程
设置

04

企业微信私域运营课程
大纲

05

企业微信私域运营培训
方案实施流程

2022年11月3日，工业和信息化部办公厅印发中小企业数字化转型指南的通知 (工信厅信发〔2022〕33号)，提出中小企业数字化转型5大路径

一是开展数字化评估

中小企业需从数字化基础水平、企业经营管理现状、内外部转型资源等方面进行数字化评估，结合业务环节和管理环节的潜在转型价值，明确数字化转型优先级，切实提高转型效率。

二是推进管理数字化

中小企业数字化转型需构建与转型适配的组织架构和管理制度，**加强数字化人才培养**，深化跨部门沟通协作，提升企业管理精细化水平，优化企业经营管理决策。

五是优化数字化实践

中小企业应从数字化水平和企业经营管理水平等方面评估数字化转型成效，根据现阶段资源禀赋和转型现状调整数字化转型策略，选用相应的数字化产品和服务，提升转型策略的适配性。

中小企业数字化转型5大路径

三是开展业务数字化

中小企业在开展数字化转型的过程中，应充分应用订阅式服务、轻量化产品等降低转型成本。开展研发设计、生产制造、仓储物流等业务环节转型，实施产品全生命周期管理，发展基于数字化产品的增值服务。

四是融入数字化生态

中小企业应积极对接产业链供应链核心企业、行业龙头企业、园区/产业集群等生态资源，基于工业互联网平台深化协作配套，利用共性技术平台开展协同创新。

国务院国资委2020年8月21日正式发布《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》，重点包括以下六大方面的要求

01

提高认识，深刻理解数字化转型的重要意义

发挥国有企业在新一轮科技革命和产业变革浪潮中的引领作用，进一步**强化数据驱动**、集成创新、合作共赢等数字化转型理念，**系统组织数字化转型理论、方法和实践的集中学习。**

02

加强对标，着力夯实数字化转型基础

- a) 建设基础数字技术平台；
- b) 建立系统化管理体系；
- c) 构建数据治理体系；
- d) 提升安全防护水平。

03

把握方向，加快推进产业数字化创新

- a) 推进产品创新数字化；
- b) 推进生产运营智能化；
- c) 推进用户服务敏捷化；
- d) 推进产业体系生态化。

04

技术赋能，全面推进数字产业化发展

- a) 加快新型基础设施建设；
- b) 加快关键核心技术攻关；
- c) 加快发展数字产业。

05

突出重点，打造行业数字化转型示范样板

- a) 打造制造类企业数字化转型示范；
- b) 打造能源类企业数字化转型示范；
- c) 打造建筑类企业数字化转型示范；
- d) 打造服务类企业数字化转型示范

06

统筹部署，多措并举确保转型工作顺利实施

- a) 制定数字化转型规划和路线图；
- b) 协同推进数字化转型工作；
- c) 做好数字化转型资源保障。

金融监管总局及中国人民银行出台政策要求加快数字化人才和金融科技人才培养

金融监管总局

《关于保险业数字化转型的指导意见》，提出明确工作目标：到2025年，建立形成多层次、广覆盖、有差异的数字金融体系基本框架，数字化转型取得显著成效。要求“大力引进和培养数字化人才”，科学制定数字化发展战略，将数字化转型纳入整体战略规划，长期投入、持续推进。要积极利用科技赋能，实现经营管理活动的数字化升级。要求高管层统筹负责数字化转型工作，建立数字化战略委员会或转型领导小组，明确专职或牵头部门，开展整体架构和体制机制设计，总分支、各条线全面落地。

出台政策要求
加快数字化人
才和金融科技
人才培养

中国人民银行

2022年1月，中国人民银行印发《金融科技发展规划（2022-2025年）》，提出新时期金融科技发展指导意见，要求“做好金融科技人才培养”，明确金融数字化转型的总体部署、重点任务和实施保障，代表着以数字化转型为主线的金融科技发展已经进入新的阶段，金融科技成为推动金融转型升级新引擎，充分发挥金融科技赋能作用，推动金融业高质量发展。

企业微信私域运营课程设计思路

1、急需企业微信私域运营人才

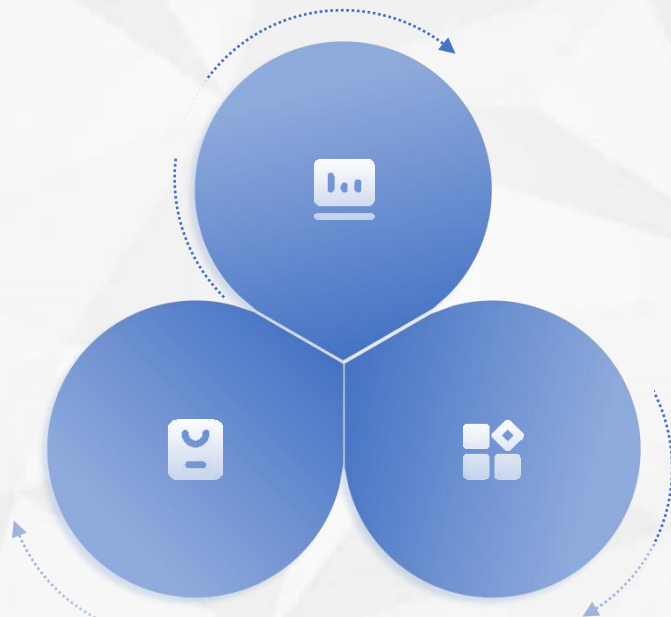
在数字化转型浪潮下，国内很多虽然逐步在推行数字化转型，但目前很多数字化转型人才不够多，企业微信私域运营人才更是缺乏，因此众多都在加大数字化转型人才的培养力度，想方设法地快速、批量培养数字化转型人才，特别是企业微信私域运营人才。

3、定制企业微信私域运营课程

同时，我们考虑到每一家企业都有自己不同的实际情况，我们也可以根据客户特殊需要有针对性地设计培训内容，定制高质量、高效率的培训方案，帮助负责企业微信私域运营工作的不同层次的领导干部及基层员工蜕变成长，成为擅长企业微信私域运营的数字化人才、实现自我价值，提升企业微信私域运营人员业绩、提高企业微信私域运营人员能力，从而帮助加速数字化转型、实现高质量发展。

2、系统学习企业微信私域运营方法论

根据**企业微信私域运营KART(行行果时)**核心方法论，基于开展企业微信私域运营工作的需要，了解企业微信私域运营普遍存在的问题和需求，结合当前的数字化转型发展趋势，我们设计了系统、深入、实战的企业微信私域运营核心课程，通过核心课程的学习、辅导以及联合共创，系统掌握企业微信私域运营方法论，帮助输出个性化、差异化的企业微信私域运营行动方案。



企业微信私域运营课程基本介绍

课程背景：

很多存在以下问题：

- 不清楚企业微信私域运营规划？
- 不清楚企业微信私域运营实战方法？
- 不清楚企业微信私域运营案例？

课程特色：

- 有用：实战实效
- 有趣：案例性强
- 有料：内容丰富
- 有道：方法创新

学员收获：

- 学习企业微信私域运营规划。
- 学习企业微信私域运营实战方法。
- 学习企业微信私域运营案例。

授课特点：

- 焕发精神、启发思考、激发行动

授课风格：

- 以案例的方式解读原创方法论
- 以互动的方式增强学员获得感
- 以咨询的方式提高培训实效性

培训对象：企业微信私域运营人员

KART(知行果时)企业微信私域运营实战培训方案课程设置：具体课程主题、上课时间及上课方式可以根据客户需要进行选择或定制

序号	模块	课程名称	课程时间
1	私域运营之知	《企业微信私域运营整体规划》	0.5-1天
2		《个人企微运营发展规划与个人引流渠道规划》	0.5-1天
3		《个人IP（品牌）打造》	0.5-1天
4		《个人朋友圈运营规划、方法与案例》	0.5-1天
5		《个人运营内容规划与个人运营工具打造》	0.5-1天
6	私域运营之行	《用户全生命周期运营方法与案例》	0.5-1天
7		《社群运营方法与案例》	0.5-1天
8		《新媒体运营方法与案例》	0.5-1天
9		《1V1运营方法与案例》	0.5天
10		《AI运营方法与案例》	0.5天
11		《直播运营方法与案例》	0.5天
12		《短视频运营方法与案例》	0.5天
13		《会员、权益及福利运营方法与案例》	0.5-1天
14		《五大运营方法与案例：产品、内容、活动、渠道、数据运营》	0.5-1天
15		《企业微信私域运营案例》	0.5-1天
16		《企业微信私域运营行动方案设计与案例》	0.5-1天
17	私域运营之果	《企微私域运营结果分析、评估、应用与迭代改进》	0.5-1天
18	私域运营之时	《AI赋能企微私域运营目标管理、计划管理与时间管理》	0.5-1天
19		《企微私域运营赋能全年营销》	0.5-1天

坚鹏——数字化转型导师、战略规划首席顾问、知行果合一方法论创始人

坚持知行果合一、赋能数字化转型！实施一体两翼战略，以服务金融机构为主体，以服务政府与企业为两翼，连接金融、产业与企业，提供培训、咨询、辅导一体化解决方案，先后服务500多家市值万亿级、千亿级、百亿级银行及中大型企业，帮助客户创建平台、创造价值、创新引领！



教育背景

- 华中科技大学 MBA
- 大连理工大学 电子工程

能力领域

- **擅长领域：**数字化转型、数字化营销、数字化人才培养、战略规划、精益管理、股权激励、企业创新
- **经典课程：**《BLM企业数字化转型战略》、《数字化营销》、《数字化运营》、《企业家个人IP打造》、《客户经理个人IP打造》、《研发数字化转型》、《生产数字化转型》、《战略规划》、《企业创新》、《网点转型》、《数字货币》、《股权激励》、《知行果时（KART）数字化领导力》、《知行果合一之道——王阳明心学智慧》、《宏观经济分析》、《新质生产力打造》、《金融政策解读》

资历经验

- 先后担任：中大型企业部门经理、副总经理、总经理，北大纵横管理咨询集团深圳运营中心总经理、金融行业中心总经理、高级合伙人，和君集团业务合伙人
- 从事咨询培训行业十余年，深度融合中西管理方法与哲学智慧，原创BLM银行数字化转型模型、知行果时（KART）数字化转型方法论、TCC战略落地系统、“三定法”股权激励模型、“263”企业转型升级模型、“三层六方”产业转型升级模型、知行果合一方法论

获得荣誉

- 2022年度培训行业领军人物、2021年深圳市共享金融研究院客座教授；2020年中国管理技能专业十大名师；2017年《互联网金融与商业银行转型》获得中国企业培训十佳精品课程；2015年互联网+专业中国十大最具价值培训师、中国百强讲师；2014年北大纵横管理咨询集团度优秀内训师；2013年企业战略专业中国十大培训专家；2013年最佳战略管理专家；2013年北大纵横管理咨询集团优秀内训师；2012年精益生产专业中国十大培训专家

社会职务

- 中国银行业协会特聘讲师、中国人民银行郑州培训学院特聘讲师、工信部特聘讲师、中国人寿保险职业学院特聘讲师、清华大学总裁班特聘讲师、北京大学银行数字化转型培训班特聘讲师、武汉大学总裁班特聘讲师、总裁网特聘专家、深圳市金融商会特聘专家、平安知鸟特聘讲师、盈天地金融数字化研究院名誉院长、数字化转型研究院院长

经手案例（选摘）

- 中国邮政集团、南方电网、粤电集团、深圳市投资控股有限公司、深圳市特区建设发展集团、中国人民银行、中国工商银行、中国建设银行、中国农业银行、中国银行、中国邮政储蓄银行、招商银行、兴业银行、北京银行、众邦银行、湖北省联社、苏州银行、山西山阴农村商业银行、中邮人寿、山西省融资担保行业协会、深圳兴业融资担保公司、深圳市政府、百色市国资委、济宁市国资委、温氏食品集团、海尔集团、广东格兰仕集团、美的集团、合肥卷烟厂、湖北中烟、深业车城、比亚迪集团等

出版书籍

- 《互联网金融》、《新金融模式》、《走出融资的误区》、《每天五分钟、学会理财经济学》、《玩转微信小店》、《移动支付》、《互联网金融路线图》

姜依彤——企业微信认证私域增长师、私域运营专家



教育背景

- 中国人民大学 世界经济
- 暨南大学 金融

擅长领域及课程

- **擅长领域：**数字化转型、数字化营销、企业微信运营、视频号运营、金融行业新媒体营销、社群运营等
- **经典课程：**《数字化营销》、《银行数字化转型》、《银行企业微信营销》、《金融人IP打造》、《AI赋能金融行业效率提升》、《银行新媒体营销》

资质荣誉

- 企业微信认证私域增长师
- 腾讯云认证私域运营培训讲师
- 原腾讯学堂认证讲师
- 腾讯智慧零售认证用户运营师
- 视频号官方服务商特聘讲师
- 基金从业资格证
- 深交所上市公司董事会秘书资格证
- 新华传媒集团培训杂志特约作者
- 新华传媒集团培训杂志认证职业培训师
- 3年金融机构工作经验，7年腾讯工作经验

经手案例（选摘）

腾讯集团、微众银行、百度、字节跳动、猿辅导、好未来、工商银行、交通银行、江苏银行、招商银行、交银康联、前海人寿、友邦保险、中国人寿、深圳农商行、武汉农商行、中国国际证券、平安银行、招商证券、建设银行、东莞农商行、特发集团、赛格集团、盐田港、中兴通讯、万科集团、中国电信、中铁六局、中海油、越秀地产、上海百视通、深圳市总工会、深圳沙井街道办、珠海高栏港经济区安全生产委员会、珠海高栏港总工会、珠海工商联、深圳市文化产权交易所、深圳市投资商会、深圳市湖南商会、深圳市耒阳企业家协会、深圳市文化行业协会、深圳市主持艺术协会、深圳市金融商会、深圳市女性创业协会、珠海香洲区企业家协会、盐港明珠、西安天美、一级水电、跨全球集团、环保新材、格力、oppo、雅居乐集团、华侨城集团、壹诺教育等

目录

01

企业微信私域运营培训
背景

02

企业微信私域运营核心
方法论

03

企业微信私域运营课程
设置

04

企业微信私域运营课程
大纲

05

企业微信私域运营培训
方案实施流程

企业微信私域运营课程大纲

课程1：《企业微信私域运营整体规划》

- | | |
|------------|---|
| 1、企微系统整体规划 | 6、企微运营内容规划 |
| 2、企微运营工具打造 | 7、运营管理体系设计
(包括组织架构、职
责、流程、制度、手
册、表格、话术、
SOP等) |
| 3、企微运营发展规划 | |
| 4、企微建群发展规划 | |
| 5、企微引流渠道规划 | |

课程2：《个人企微运营发展规划与 个人引流渠道规划》

- | | |
|--------------|--------------|
| 1、个人企微运营发展规划 | 2、个人引流渠道规划 |
| ① 个人企微发展定位 | ① 个人引流渠道发展定位 |
| ② 个人企微发展目标 | ② 个人引流渠道发展目标 |
| ③ 个人企微发展步骤 | ③ 个人引流渠道发展步骤 |
| ④ 个人企微发展策略 | ④ 个人引流渠道发展策略 |
| ⑤ 个人企微发展举措 | ⑤ 个人引流渠道发展举措 |

课程3：《个人IP（品牌）打造》

- 1、个人IP打造解码
- 2、个人IP打造规划
- 3、个人IP运营内容打造
- 4、价值千万的个人IP运营方法
- 5、个人IP运营案例

课程4：《朋友圈运营规划、方法与案例》

- 1、朋友圈运营解码
- 2、朋友圈运营规划
- 3、朋友圈运营内容打造
- 4、价值百万的朋友圈运营方法
- 5、朋友圈运营案例

企业微信私域运营课程大纲（续）

课程5：《个人运营内容规划与个人运营工具打造》

- | | |
|--------------|--------------|
| 1、个人运营内容规划 | 2、个人运营工具打造 |
| ① 个人运营内容发展定位 | ① 个人运营工具规划 |
| ② 个人运营内容发展目标 | ② 个人运营工具打造方法 |
| ③ 个人运营内容发展步骤 | ③ 个人运营工具应用案例 |
| ④ 个人运营内容发展策略 | |
| ⑤ 个人运营内容发展举措 | |

课程7：《社群运营方法与案例》

- 1、社群运营解码
- 2、如何创建社群
- 3、社群运营方法（包括流程、制度、活动、SOP、表格、手册、方案等）
- 4、社群运营工具
- 5、社群运营案例

课程6：《用户全生命周期运营方法与案例》

- 1、用户全生命周期运营解码
- 2、企业微信添加客户方法与案例
- 3、客户破冰方法与案例
- 4、客户转化方法与案例
- 5、客户挽留方法与案例
- 6、客户召回方法与案例

课程8：《新媒体运营方法与案例》

- 1、新媒体运营解码
- 2、如何创建新媒体
- 3、新媒体运营方法
- 4、新媒体运营工具
- 5、新媒体运营案例

企业微信私域运营课程大纲（续）

课程9：《1V1运营方法与案例》

- 1、1V1运营解码
- 2、1V1运营策略
- 3、1V1运营方法
- 4、1V1运营工具
- 5、1V1运营案例

课程10：《AI运营方法与案例》

- 1、AI运营解码
- 2、AI运营策略
- 3、AI运营方法
- 4、AI运营工具
- 5、AI运营案例

课程11：《直播运营方法与案例》

- 1、直播运营解码
- 2、如何创建直播
- 3、直播运营方法
- 4、直播运营工具
- 5、直播运营案例

课程12：《短视频运营方法与案例》

- 1、短视频运营解码
- 2、如何制作短视频
- 3、短视频运营方法
- 4、短视频运营工具
- 5、短视频运营案例

企业微信私域运营课程大纲（续）

课程13：《会员、权益及福利运营方法与案例》

- 1、会员体系建设方法及案例
- 2、权益体系建设方法及案例
- 3、会员与权益运营方法及案例
- 4、福利运营方法及案例
- 5、会员体系建设运营案例研究

课程15：《企业微信私域运营案例》

- 1、标杆企微私域社群运营案例
- 2、工资代发企微私域社群运营案例
- 3、财商教育企微私域社群运营案例
- 4、网周企微私域社群运营案例
- 5、丰润企微私域社群运营案例

课程14：《五大运营方法与案例：产品、内容、活动、渠道、数据运营》

- 1、产品运营方法与案例
- 2、内容运营方法与案例
- 3、活动运营方法与案例
- 4、渠道运营方法与案例
- 5、数据运营方法与案例

课程16：《企业微信私域运营行动方案设计方法与案例》

- 1、企微私域运营行动方案设计框架（总分支行、业务部门、团队、个人等不同层级行动方案解码及执行）
- 2、企微私域运营行动方案设计策略
- 3、企微私域运营行动方案设计方法
- 4、企微私域运营行动方案设计工具
- 5、企微私域运营行动方案设计案例

企业微信私域运营课程大纲（续）

课程17：《企微私域运营结果分析、评估、应用与迭代改进》

- 1、企微私域运营结果分析
- 2、企微私域运营结果评估
- 3、企微私域运营结果应用
- 4、企微私域运营结迭代改进

课程18：《AI赋能企微私域运营目标管理、计划管理与时间管理》

- 1、AI赋能企微私域运营目标管理方法与案例
- 2、AI赋能企微私域运营计划管理方法与案例
- 3、AI赋能企微私域运营时间管理方法与案例

课程19：《企微私域运营赋能全年营销》

- 1、企微私域运营赋能开门红方法与案例
- 2、企微私域运营赋能巩固提升方法与案例
- 3、企微私域运营赋能半年冲刺方法与案例
- 4、企微私域运营赋能秋收战役方法与案例
- 5、企微私域运营赋能年终收官方法与案例

目录

01

企业微信私域运营培训
背景

02

企业微信私域运营核心
方法论

03

企业微信私域运营课程
设置

04

企业微信私域运营课程
大纲

05

企业微信私域运营培训
方案实施流程

企业微信私域运营培训方案实施流程



通过电话沟通、线上会议、现场访谈、资料收集等多种方式了解企业数字化转型发展现状及企业数字化转型建设运营需求，明确目前的优势与劣势（可以根据客户意愿选择合适的调研方式）；

根据调研诊断情况和企业的实际情况制定可落地的学习实施方案，包括学习内容、学习时间、学习进度以及是否需要辅导输出相应成果等，可以根据原来设计的核心课程基础之上，选择全部课程或部分合适的课程，也可以增加、删除一些相关内容；

根据客户实际情况选择上课时间、上课方式，可以选择现场授课、线上直播或线上录播等多种方式进行课程学习，包括知识讲解、数据分析、案例萃取、分组讨论、学员分享、现场答疑等多种方式；

强调学以致用，辅助学习内容转化和落地。辅导小组组长组织大家进行研讨，研讨企业自身资源与能力、客户痛点等，制定企业数字化转型战略、设计企业数字化转型建设路径、设计企业数字化转型实施方案及行动计划等，组织各小组汇报研讨成果并辅导修改完善。（说明，辅导输出模块可以自行选择，如果选择，辅导时间、辅导计划协商确定，另行单独收费）

如果客户选择工作坊方式，则需要召开相对正式且时间较长的研讨会，分组研讨初步要求与方法如下所示

研讨会是以解决问题为导向的专题研讨会，主要目的有三个：一是针对企业微信私域运营目前的发展现状及需要重点改进的工作事项进行研讨，提出解决建议及行动计划，二是通过研讨会逐步形成对于企业微信私域运营未来发展的统一认识，三是通过开放式讨论探索建立一种解决重点难点问题的方法。本次讨论提供研讨主题，参加研讨会人员有2-3周左右的时间进行提前思考和准备。



祝愿中国企业：

抓住企业微信机遇 突破私域营销瓶颈

祝福大家：

**美梦圆圆！ 好运连连！
功成名就！ 再创佳绩！**