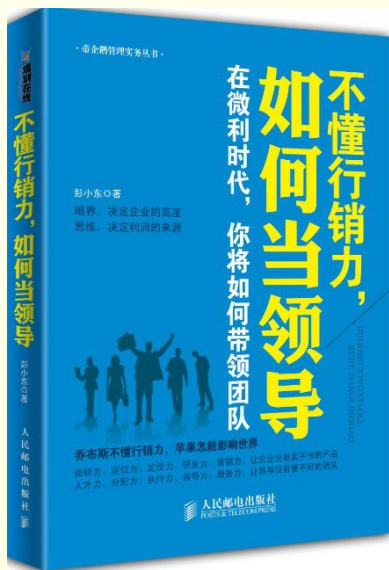


New

# 新媒体环境下的现代培训



主讲：彭小东导师

**\*媒体支持：**

**\*媒无界网：** 传无疆，媒无界，达天下！ [www.meiwujiegw.com](http://www.meiwujiegw.com)

**\*行销力网：** 行销问题到此为止！ [www.xingxiaoligw.com](http://www.xingxiaoligw.com)

\*(版权归彭小东导师所有，违者必究！)

**\*成都**



# 彭小东导师简介

## 【资质背景】

2014-2015年《不懂行销力，如何当领导》，《一本书读懂大数据营销》当当网，京东，亚马逊等畅销书作者，2003年《广告媒介江湖行销之四把刀》培训教材获奖并成为当年畅销书籍；音像制品《炼就广告媒介销售CEO》，《狼性广告传媒团队绝对行销力》总裁网最受欢迎的行业专家和最受欢迎讲座前一位；

《CEO的危机管理训练营》连续三年名列清华远程教育网“前沿讲座”最受欢迎企业管理专家和营销专家以及最受欢迎讲座前三位，全球华人总裁卓越行销力导师，哈佛商业评论，OWMO全球传媒观察，世界经理人，世界咨询师，世界企业家，价值中国等多家知名权威传媒专栏作家，特约撰稿人已发表专业文章超过500篇；品牌竞合力创始人暨切割领导力艺术创始人兼总教练；清华大学继续教育学院、北京大学高管研修班、武汉大学深圳管理研究院、上海交通大学MBA班、中共四川省委党校等特邀客座教授；中国移动，中国联通，中国电信，中国邮政，国家税务局，国家电网，农商银行，海尔集团，江淮汽车保利集团，长虹集团等常年特聘培训导师，北京人民广播电台，河南电视台，香港卫视，新浪乐居，易车网，新华网，佛山电视台，镇江文广集团，宿迁报业集团，环球杂志，亚洲户外等高级行销力顾问，被业界誉为：“中国广告媒介行销培训第一人，中国广告销售神奇教练，中国传媒营销教父”等称号，中华广告媒介行销力研究院院长，行销力国际控股集团，行销力传播，行销力网：[www.xingxiaoligw.com](http://www.xingxiaoligw.com)，Media Unbounded媒无界网：[www.meiwujiegw.com](http://www.meiwujiegw.com)创始人董事长，首席传播；

## 【擅长领域】

近20年专业销售、广告策划、企业管理、培训咨询经验；丰富的企业管理及培训实战经验；擅长企业管理、媒体运营、广告策划、销售培训等；曾有过媒体销售(一天签三张广告合同,个人完成整个销售额50%.三个月完成全年销售任务的经历);记者.副总编.总编.(四川电视台)节目制片人.营销总监.总经理.集团副总裁，总裁等工作经历。26岁带领上千人的广告传媒运营团队，弱势广告客户强势生存法则倡导者,弱势广告媒介强势行销传播者,可视化销售，节约型销售领导者,城市大行销力主要缔造者和践行者，担任大型集团公司董事长总裁等职位.均取得不错的业绩：

上海一家户外广告传媒公司年销售额从3000万到3个亿的突破；

山西一家电台的一个单一频率销售额从100万左右到1200万的增长

四川一家电视台一个频道的一档汽车栏目在没有增加一个记者一个编辑一个主持人一分钱的制作成本投入的情况下年销售额从9万到500万的突破；

北京一家网络公司的房地产板块全国年销售额300万到500亿并完成上市的转变；

广东一家期刊社年营业额500万到5000万到5个亿的转变；

曾先后与港澳台及国际顶尖行销专家交流.现已培训服务知名企业超过100家。



彭小东导师 彭小东导师



百度一下



## ■ 第一部分

# 新媒体发展趋势

# 一、新媒体的界定

## 1、无所不在的新媒体



提到新媒体，  
你会想到什么



不看电视可以吗？可以。

┆ 不完游戏可以吗？可以。

┆ 不开电脑可以吗？可以。

┆ 不玩麻将可以吗？可以。

┆ 没有人陪可以吗？可以。

┆ 不玩微信可以吗？你懂的。

570,000,000

9月平均日登录用户

在**2015**腾讯全球合作伙伴大会上，  
微信团队发布了《微信生活白皮书》。  
数据显示，**2015**年**9**月份，  
微信平台日登陆用户**5.7**亿人，日  
活跃用户同比增长了**64%**，这一  
数字在去年为**49%**。

日活跃用户 DAU

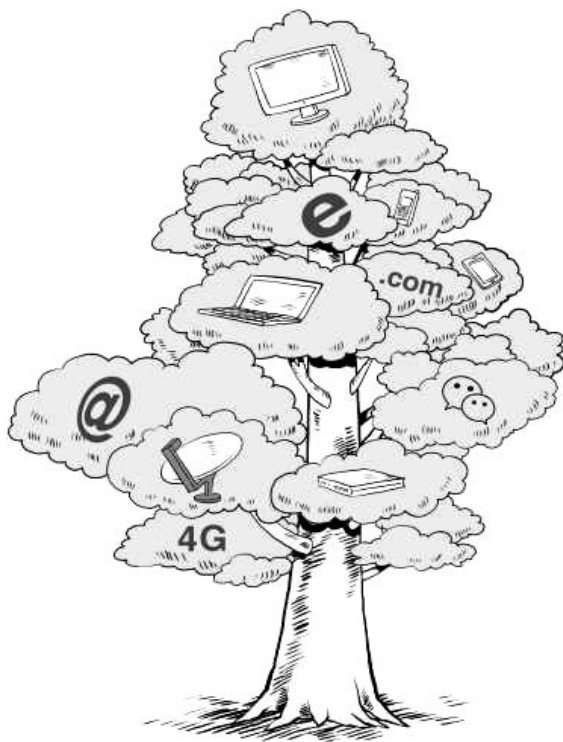
↑ 49%

去年

↑ 64%

今年

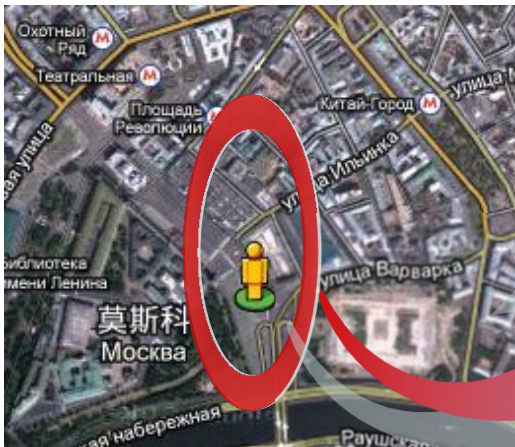
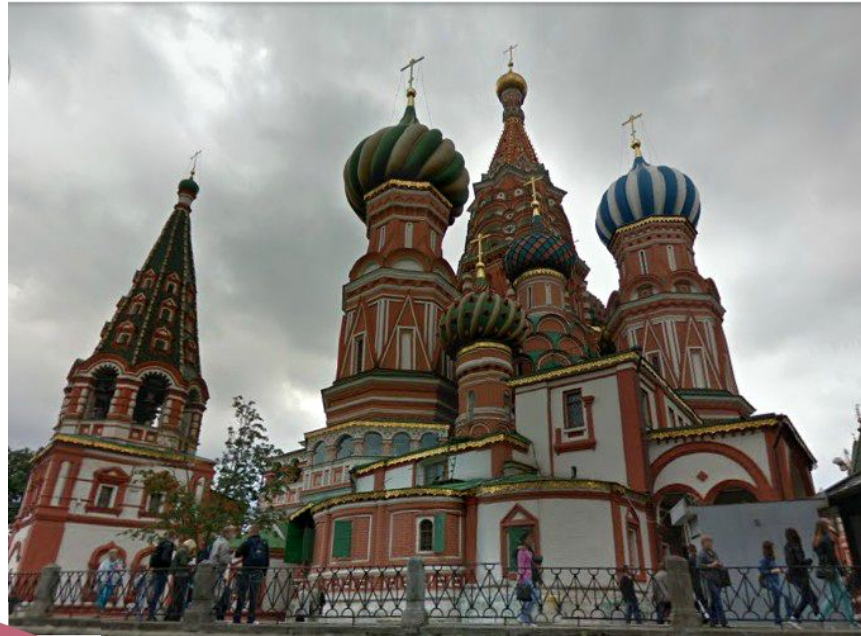
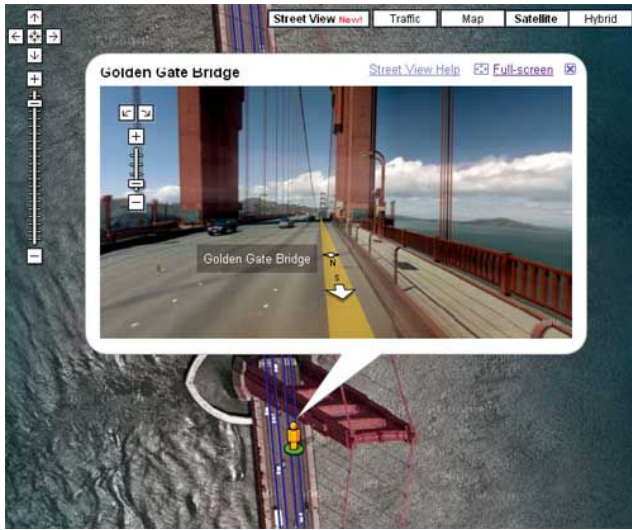
## 2、什么是新媒体？



- 互联网？
- 互动媒体？
- 智能手机？
- 平板电脑？
- 移动终端应用？
- 社交网络？

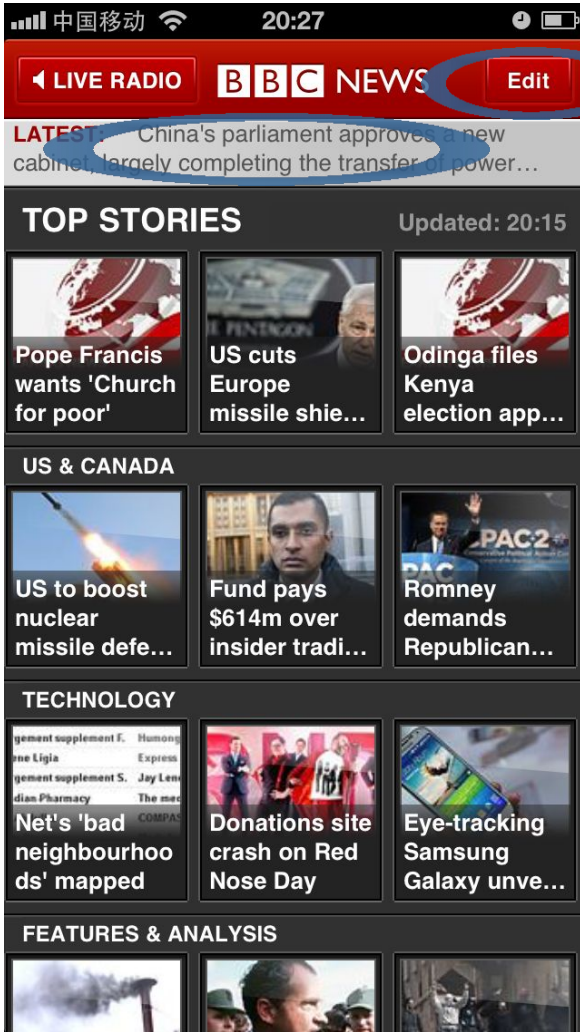
未来已开启，  
你我不知情。

制造业迎合用户需求，技术派刷新用户体验，我们已经懵懵懂懂的来到了一个崭新的时代。

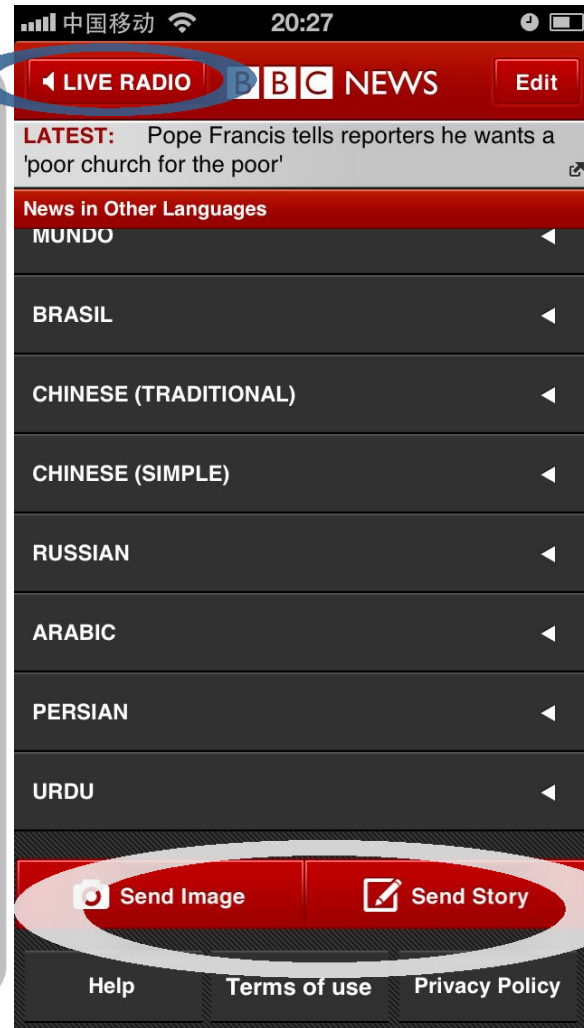


Google 街景地图





- 个性化订阅
- 实时广播
- 最新新闻滚动
- 多语言
- 图文+视频报道
- 评论
- 邮件/社交媒体分享
- 信息上传



## BBC移动设备客户端

## 当前的中文维基百科

- 运行于**MediaWiki**，版本号：1.21wmf11 (e617cec)
- 已有**条目**：679,723篇，**文件**：32,969个
- **页面总数**：2,882,472个
- **总编辑次数**：26,767,617次
- **注册成员**：1,390,072人
- **活跃成员**：7,364人，**管理员人数**：78人

统计数据时间：2013年3月16日 12:25 (UTC) [刷新数据](#)

## 内容目录

### 维基百科

历史 · 语言列表 · 严正声明  
联络我们

### 传媒中心

新闻稿 · 媒体报道

### 统计

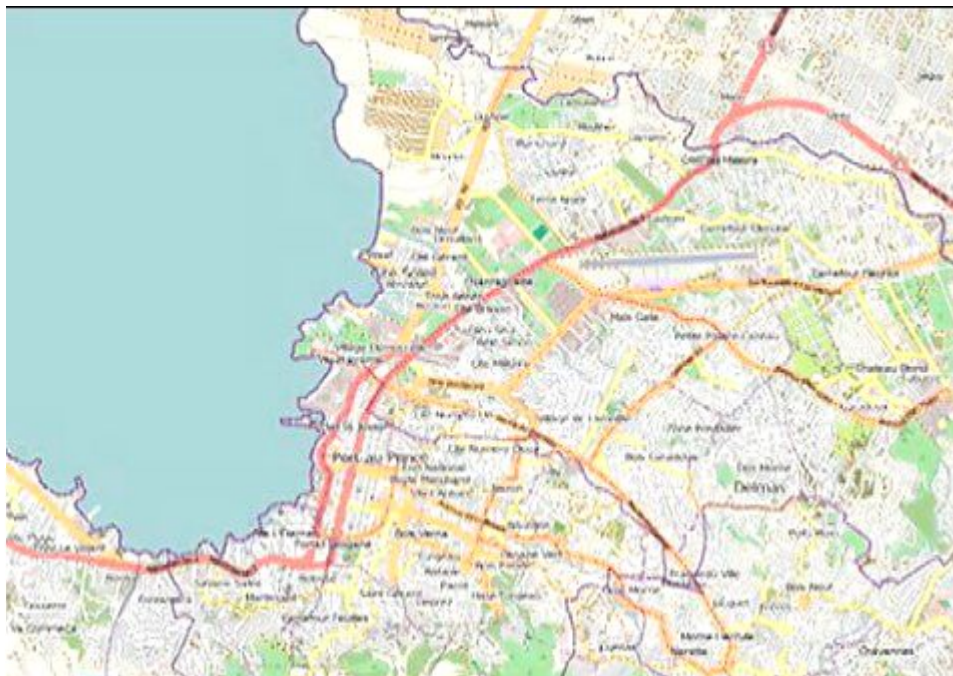
最新更改 · 编辑

### 传播

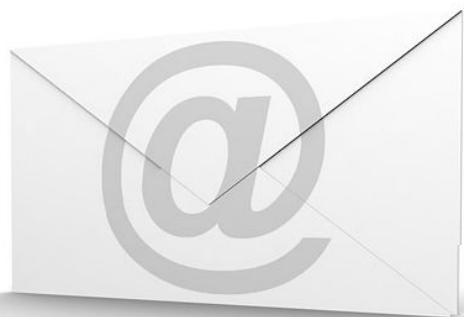
浏览内容 · WAP访问  
数据库下载 · 拷贝网站

### 维基媒体基金会

版权信息 · 内容声明 · 服务器



# Wiki (维基技术)



移动社交



现代办公

### 3、新媒体的界定

#### 相对界定

- 新媒体是**相对于传统媒体**而言的媒体及各种应用形式；
- **近10年来**基于技术变革所出现的新的传播形态。

#### 技术界定

- 以**数字技术**为基础，以**网络**为载体进行信息传播的媒介

#### 传播界定

- 每一位消费者都是**生产者**
- 可以随意挑选**适合自己的**媒介
- 可以按照使用者方便的时间使用

### 3、新媒体的概念

新媒体：基于数字平台的由多维信息整合的媒体的统称

- 一个新的传播平台

以数字技术为基础，区别于传统媒体，更多样、更快捷、更个性化

- 一种新的表现方式

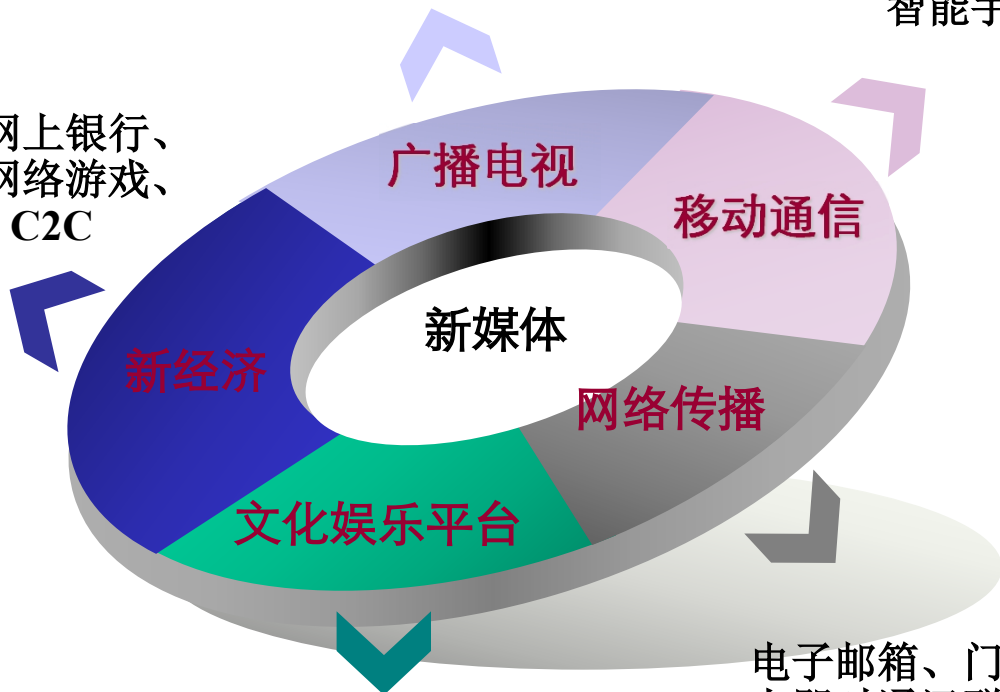
综合运用图、文、音、视等传播元素，以多维信息达到更好的传播效果

新的信息传播方式

数字电视、直播卫星电视、移动电视、IPTV、网络电视

智能手机、移动终端

电子商务、网上银行、电子地图、网络游戏、B2B、B2C、C2C



电子游戏、MP4、好莱坞、梦工厂、虚拟现实、新媒体艺术

电子邮箱、门户网站、网上即时通讯群组、虚拟社区、博客、播客、搜索引擎、微博

## 新媒体总图

## 二、新媒体发展趋势

### 1、web2.0

#### 新新媒介

兴盛于21世纪  
消费者即生产者  
多为非专业人士  
服务功能更强

- **BLOG**: 始于1993年, 1999年定名
- **Wikipedia** 2001.1
- **Podcast** 2004
- **Facebook** 2004.2
- **YouTube**: 2005.2
- **Twitter**: 2006.3
- **iPhone**: 2007.7
- **新浪微博**: 2009.8
- **微信**: 2011.1



## 2、微博与微信



- 2015年9月，微博日均活跃用户数(DAU)为1亿，同比猛增30%，达到一个新的里程碑，而月活用户也增长33%达到了2.22亿。
- 1月21日发布，2012. 9. 14达2亿用户，2013. 1. 15达三亿
- 截至2014年6月底，我国手机即时通信网民规模达4.59亿，使用率为87.1%，在各应用中增长规模第一
- 目前，微信和WeChat合并月活跃用户数已达6.00亿，同比大涨37%，相比之下QQ月活虽然高达8.43亿，但早已经基本停滞，同比增幅仅有2%，上季度还曾出现下滑。

《人民日报》：  
2013关于  
新媒体的猜想

- 移动能“接管”生活？
- 大数据将掀起新浪潮？
- 网络法制能否告别“丛林法则”？
- 4G能否遍地开花？
- 新媒体与传统媒体如何融合发展？
- 政务微博、微信当大V？
- 下一个“走出去”的是谁？
- BAT会有挑战者吗？
- 互联网企业能否担起中国概念股？
- 网络安全何时能够不再“雾里看花”？

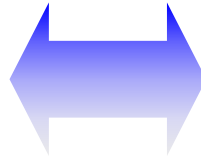
# 《人民日报》： 2013关于 新媒体的猜想

- 微信：政务信息发布新平台？
- 微公益：正能量如何持续放大？
- 媒介素养：领导干部能否补上这一课？
- 网络反腐：能否制度化？
- 移动社交：持续“井喷”？
- 宽带中国：能否惠及“三农”？
- 大数据：从概念到现实？
- 视频网站：市场格局再洗牌？

# 三、网络传播中的网民

## 1、几个概念

网 民



网络受众

- 泛指上网者，通过浏览、邮件、聊天等方式接受和传播信息
- 处在单纯接收信息状态下的上网者

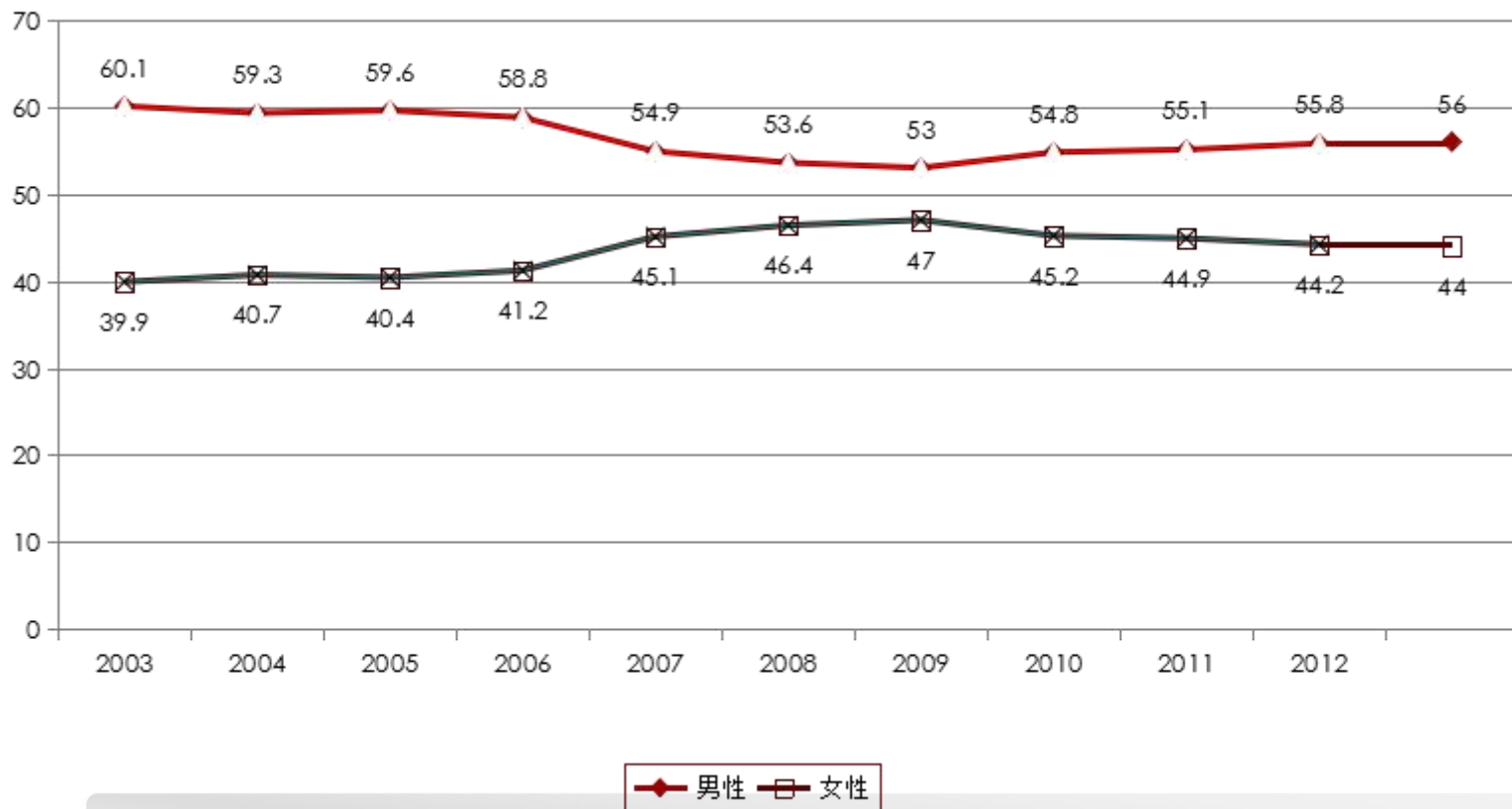
- 调查显示，网民95%的情景下处于接收状态
- 海量信息之上，技术开始发挥内容提炼的作用

## 2、中国网民规模



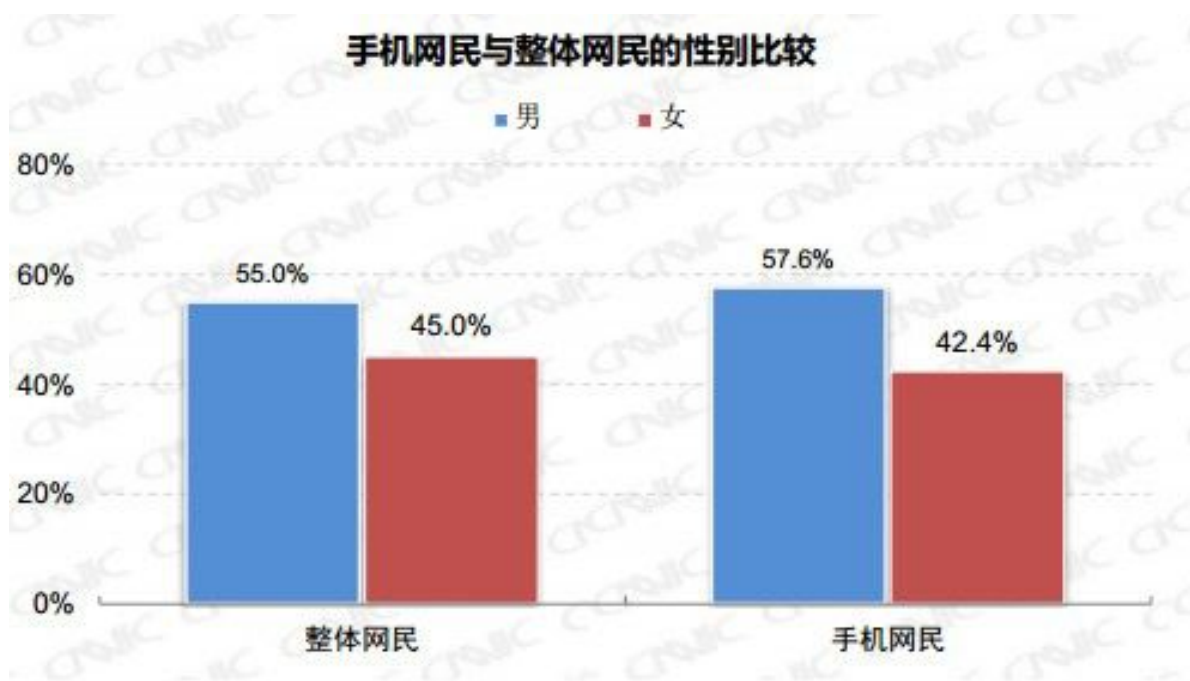
- CNNIC: 截至2014年6月底, 我国网民规模达6.32亿, 半年共计新增网民1442万人。互联网普及率为46.9%

# 中国网民的性别构成



- CNNIC: 近年来，中国网民性别比例保持稳定

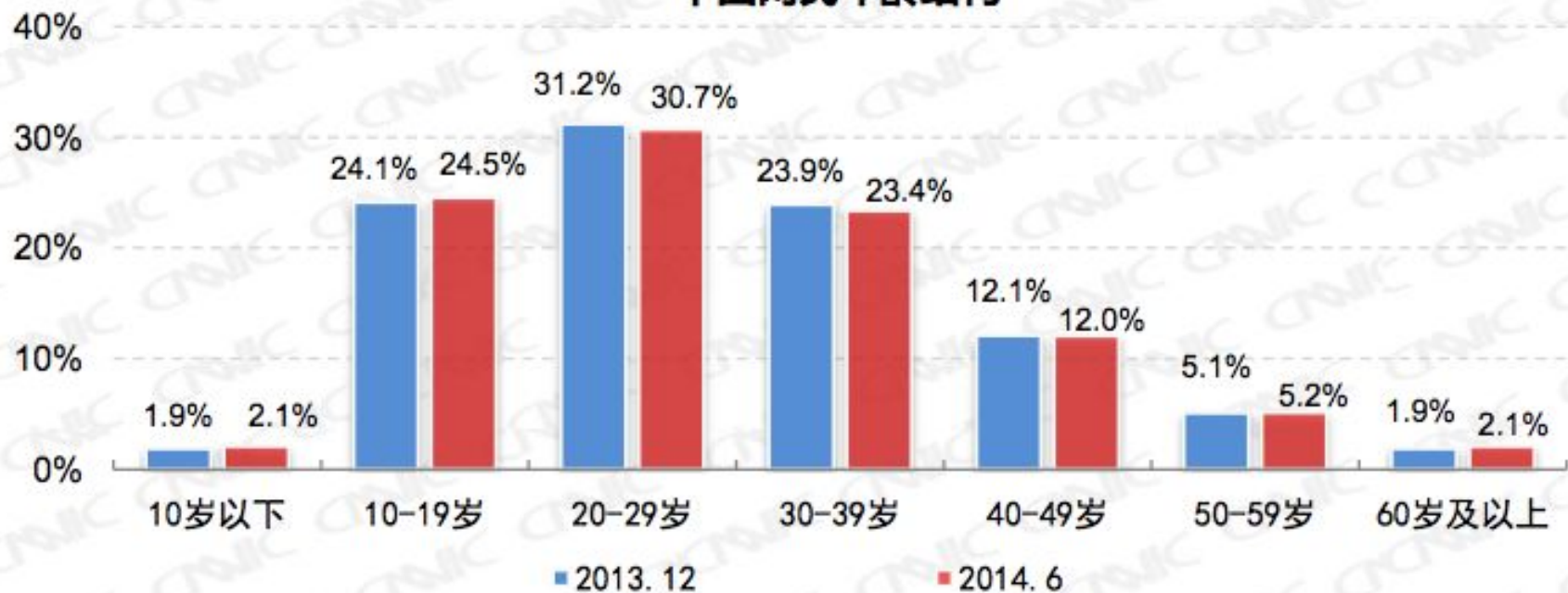
## 中国网民的性别构成



- CNNIC: 在使用手机作为上网终端上，男性群体的优势更为明显

## 中国网民的年龄构成

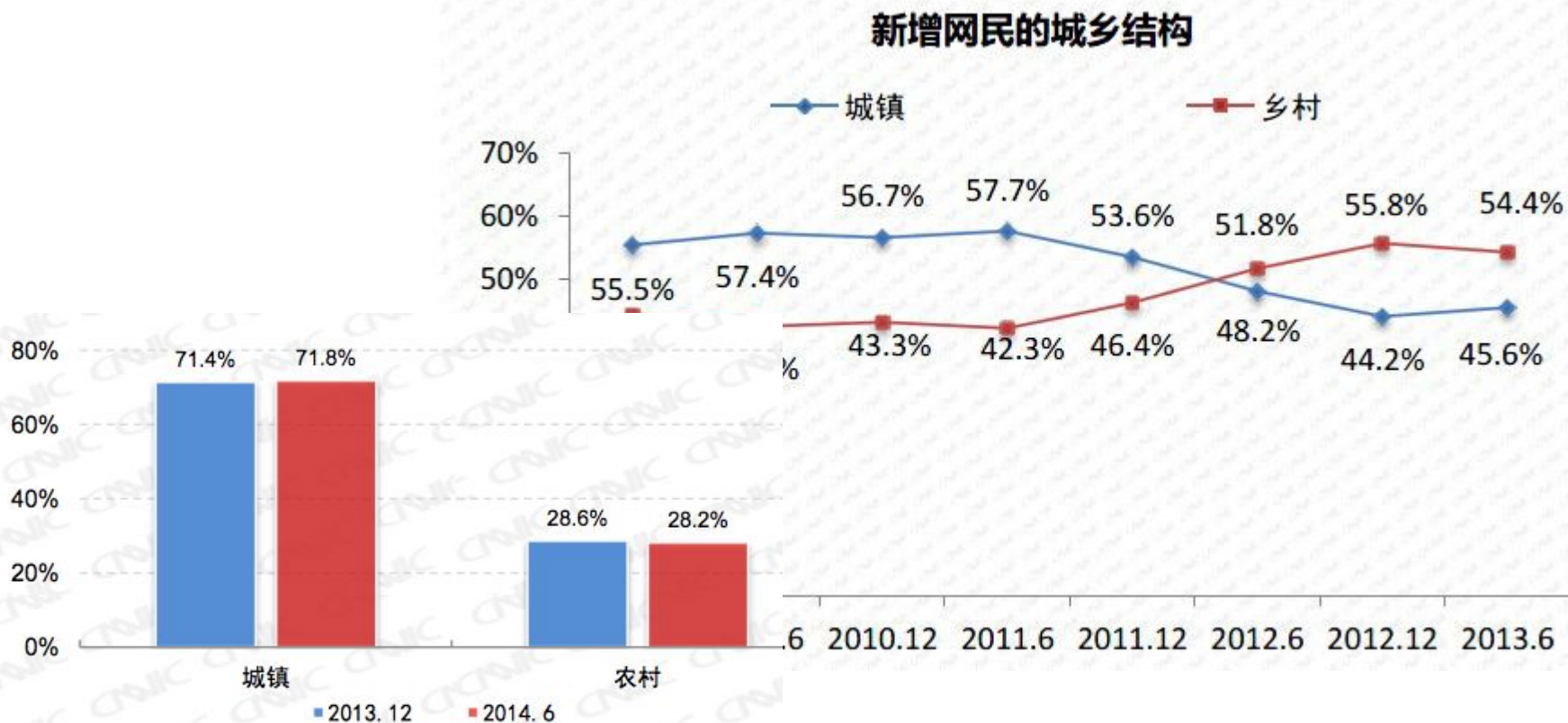
中国网民年龄结构



- CNNIC: 20-29 岁年龄段网民的比例为 30.7%, 在整体网民中占比最大
- 我国互联网的普及逐渐向高龄和低龄群体渗透



# 中国网民的城乡构成



- CNNIC: 随着城市化进程加大, 我国农村部分相对发达地区人口逐步转为城市人口, 这导致农村网民在全国网民中的占比略有下降
- 我国农村非网民人口仍有 4.5 亿, 是未来互联网普及工作的重要方向

# 手机网民规模



- 2014年6月底，我国手机网民规模达5.27亿，较2013年底增加约2699万人，网民中使用手机上网人群占比由81%提升至83.4%

# 新媒体传播特点

- 1、社交
- 2、海量
- 3、碎片
- 4、互动
- 5、分享
- 6、参与



# 新媒体传播特性

## 大众传播

- 传播信息丰富
- 传播范围广
- 没有明确的传播对象
- 缺乏反馈

## 人际传播

- 一对一或一对多，直接或间接
- 互动性
- 共同控制，传播角色模糊
- 信息和范围受限

兼具

立体网状传播模式

多对多的



- 第二部分

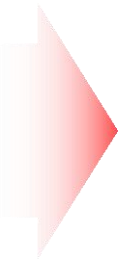
# 现代企业培训

# 一、现代企业培训的误区

- 一、培训没有用
- 二、有经验的员工不需要培训
- 三、只对员工培训就可以了
- 四、培训不合算
- 五、培训很容易

兼具

- 六、没有足够的时间
- 七、员工不合作，甚至抵制
- 八、没有优秀的培训资料
- 九、没有合格的培训教师
- 十、我们不知道该如何培训



# 为什么“逃课”？

**1、很多公司培训常常在休息时间进行——周末、晚上、节假日。**

**2、培训部门总是想当然的设置课程。**

- 1) 培训确实解决了我工作中的难题，让我工作更得心应手了，也更自信了；
- 2) 当我按培训的方式去工作时，我能够获得更好的工作绩效，拿到更多高的收入。满足这两点的培训，很自然会获得员工的支持。

# 中小企业培训体系构建5部曲

- 1、中小企业的培训不能只以短、平、快来主导。
- 2、建立完善的培训体系。
- 3、构建分层分类的培训课程。
- 4、充分利用内外部资源。
- 5、立体化、系统化

## 跨界学习的四个步骤：

- 1.确定需求：解决学什么？
- 2.跨界杂交：解决怎么学？
- 3.整合创新：解决怎么用？
- 4.实施创新：如何保证有效果？



## 培训师工作模式的转变：



- 1、在线交流
- 2、善用检索
- 3、能上微课
- 4、会做线上推广
- 5、激发潜能
- 6、学习运用

# 微信做好企业培训6大技巧

- 1、认证微信公众号：
- 2、扫描二维码添加公司培训公众号。
- 3、建立一套切实可行的培训制度，
- 4、微信学习内容，（短，精，专）
- 5、学习过程管理，
- 6、统计分析，

# 利用微信群做培训与沟通的技巧

- 1、打卡学习，
- 2、时时在线交流：
- 3、分享喜悦及战况：

# 做好移动在线学习的5大技巧

- 1、打卡学习：**
- 2、在线直播：**
- 3、项目实战：**
- 4、绩效完成情况：**
- 5、排行榜：**

## 5大关键点制定学习内容解决方案

1. 在企业内部培养内容专家。
2. 逐步覆盖更多的内部人群，服务的对象也需要从企业内部逐步扩展到外部。
3. 将单纯的学习管理系统逐步扩展到人力资源管理、内容管理以及绩效管理的范畴。
4. 成本不应该是设计学习内容第一关注的要素，对于必要的资金、时间以及人力等资源要给予充分的重视。
5. 针对不同商业价值目标以及不同的接受对象，制定不同策略的混合式学习方案。

# 移动学堂培训项目运营技巧

1. 不仅可以利用移动学堂**APP**做项目培训,
2. 企业内部的视频、
3. 移动学堂(企业课程):
4. 通过‘圈子’
5. 如果双方单线联系不错

# 好友



# 圈子



搜索联系人

最近联系人(3)

**移动学堂**  
学习

**大风哥**  
不错

**曾聪颖**  
[图片]

我的好友(9)

群组(9)

开发者(6)



**大懒小馋**

今天晚上8:00-9:00微信群分享的部分精彩内容，提前预告一下。



2小时前 **删除**

**大懒小馋**

12金币(每天签到+1) **已签到**

我的下载

我的证书

我的排行

# 实施好移动学习的三大基础

## 一、制度先行

- 1.自愿原则:
- 2.承诺原则:
- 3.项目原则:
- 4.奖惩原则:
- 5.晋升原则:

## 二、以身作则

- 1.树立榜样:
- 2.营造环境:
- 3.描绘未来:

## 三、情景化应用

- 1.移动学习:
  - 2.碎片学习:
  - 3.项目学习:
  - 4.社群学习:
- 智同体!



# 企业内训师培养的3个阶段

## 1、顾问阶段

师父，你咋也戴紧箍咒了呢？



为师也需要约束自己啊！



## 2、讲师阶段

3

3分钟的课程

+

1

每天学1课

+

5

每周坚持5天

9而9之，练就  
9阴真经，  
走遍职场无敌手！

just like me -



### 3、教练阶段



# 企业培训的创新能力

- 1、培训思维的创新
- 2、培训形式的创新
- 3、培训内容的创新
- 4、培训考评的创新
- 5、培训运维的创新

# 培训经理的互联网运营技巧

- 1、新用户注册：
- 2、老用户流失：
- 3、活跃用户：
- 4、付费用户：

# 企业如何运营E-learning在线学习项目

1、百分百我要上

1) 微视频

2) 注册有惊喜

2、定时定点定制推送

3、策划线下体验活动

# 培训师的自媒体建设

## 1、微信运营

- (1) 公众账号
- (2) 微信朋友圈
- (3) 微群应用

## 2、微博应用

- (1) 建立话题群
- (2) 内容传播
- (3) 会用私信



**3、QQ群和空间**

**4、电子杂志**

**5、电子邮件报**

# 培训师个人品牌的传播

- 1、要有粉丝群
- 2、要有搜索卡位
- 3、会用百度指数
- 4、拥有SEM传播能力
- 5、专业和权威

## 案例解析：

- (1) 58同城培训师培训案例
- (2) 浙江图书馆“NE培训助理”模式

# 培训师新媒体应用策略

## 一、微课设计

- 1、课程主题
- 2、课程表现形式
- 3、PPT使用
- 4、视频和动画应用
- 5、语音和语速运用
- 6、时间的选择和运用

## **二、课程讨论群**

- 1、面对面建群**
- 2、扫码入群**
- 3、群内管理员设置**
- 4、如何活跃群内人员**
- 5、主题分享**

## 三、全民推广模式

- 1、段子内容
- 2、病毒制造
- 3、链接跳转
- 4、互动分享
- 5、评论参与

## 四、网络文章SEO写作

- 1、主关键词设置与密度
- 2、文章中长尾搜索的应用
- 3、标题制作要求
- 4、网络标签的路径应用
- 5、链接使用技巧



- 第三部分

## 新媒体舆论引导

# 新媒体影响力的来源

■ 庞大的受众面

■ 胶着的传授关系

■ 人际关系的背书

■ 舆论领袖的多级传播

## 传播效应

- 放大效应
- 削弱效应
- 催化效应
- 裂变/聚变效应
- 正反馈效应



# 一、微博平台的使用

第一步：找到一个微博负责人

第二步：拥有自己的微博

第三步：装修自己的微博

第四步：建立关系

第五步：在微博上说点什么

第六步：多元展示，树立品牌

微博消息写作技巧

## 二、微信平台的使用

第一步：注册你的公共帐号

第二步：设置你的公共帐号

第三步：扩展功能

第四步：开始使用你的微信帐号

## 三、企业微博/微信公共帐号管理的基本要求

明确企业微博、个人微博的定位

沟通：真诚互动 平等交流

**谢谢！ 分享到此结束！**