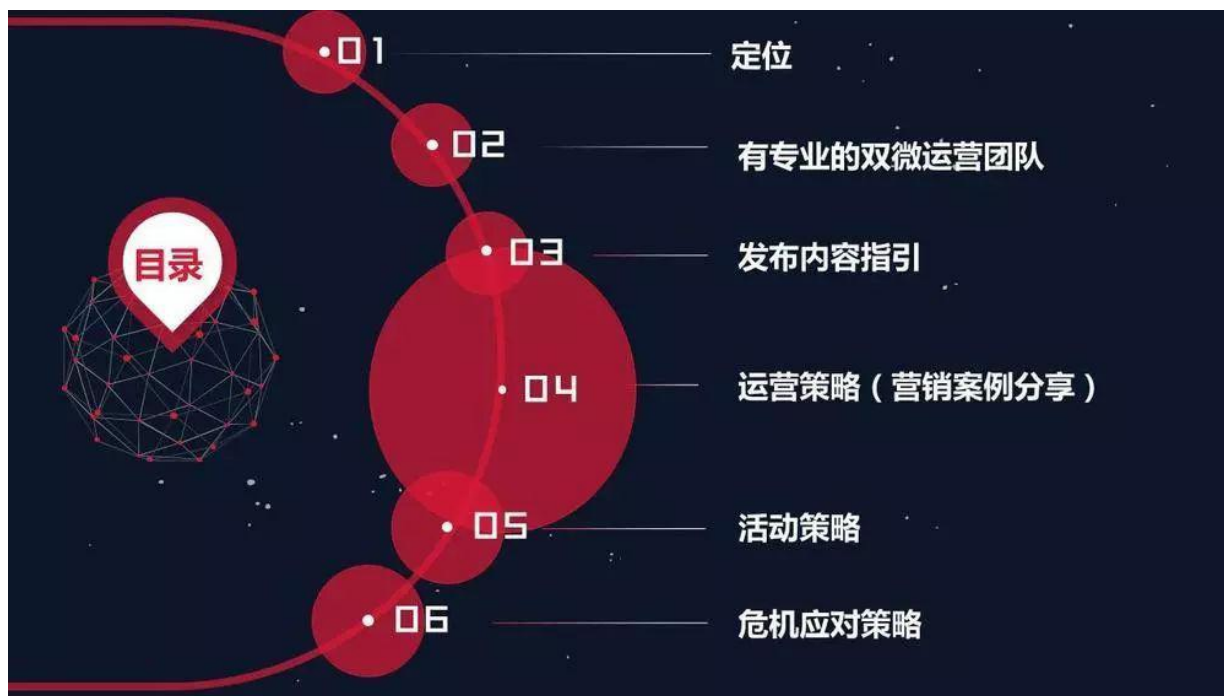
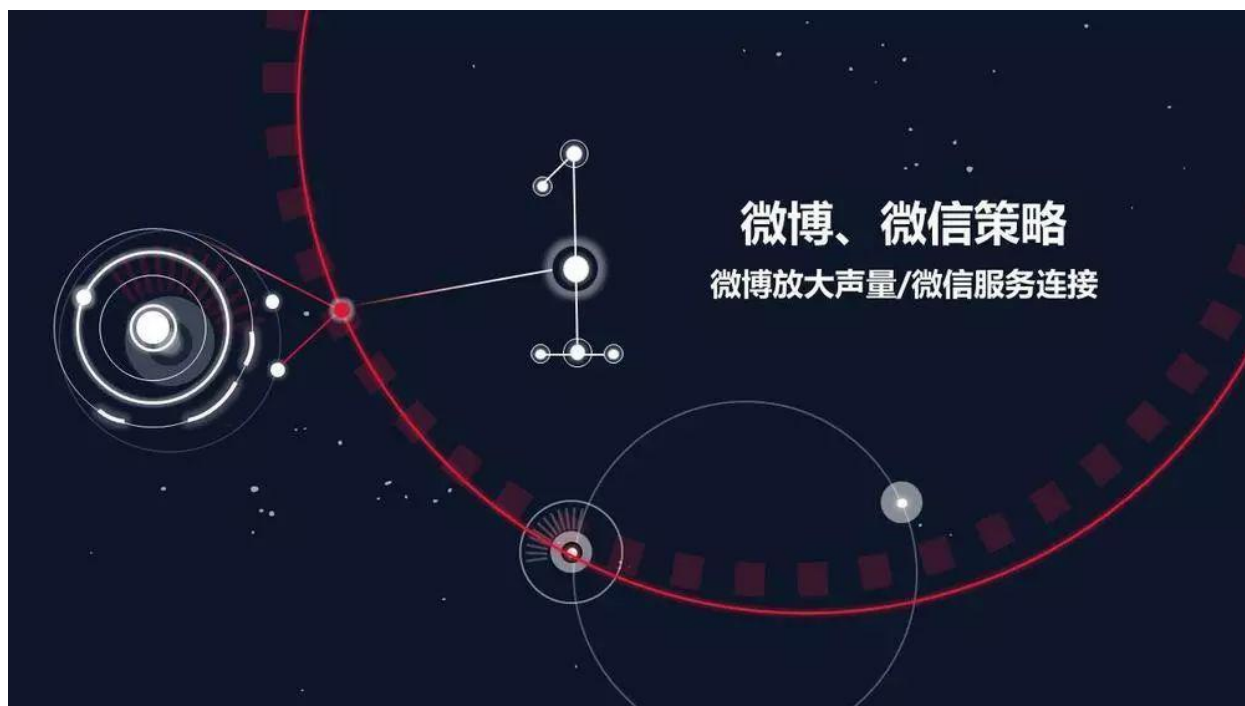


新媒体运营营销策略技巧！

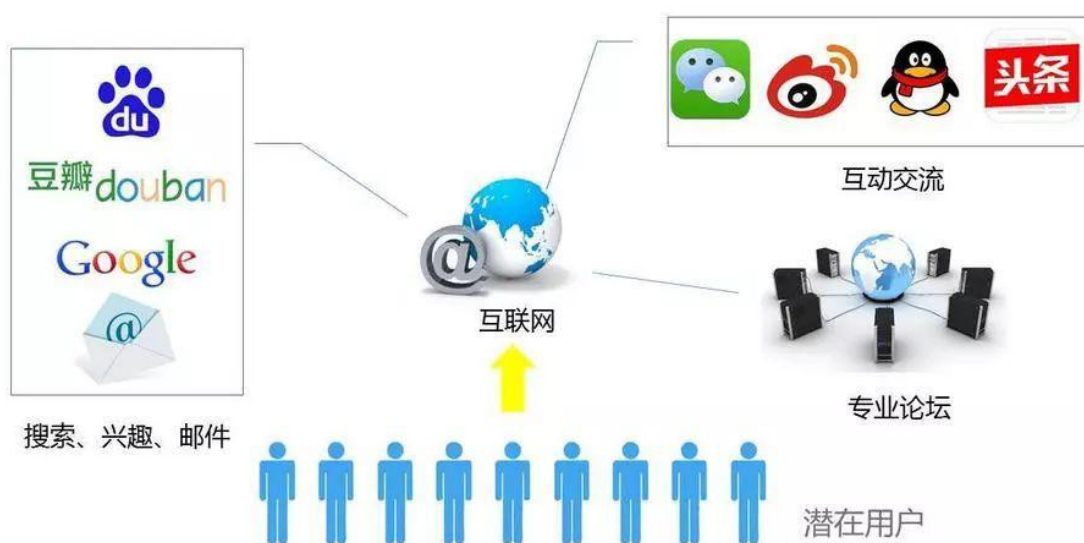








他们喜欢主动搜索论坛及微博、微信等信息平台获取资源



他们使用社交媒体的目的

晒心情 记录生活 娱乐休闲
结交新朋友 讨论兴趣话题
了解最新发生的
关注感兴趣的名人
寻求问题的解决办法



网络红人 热门电影 流行
星座、小测试
八卦等娱乐话题、公益事件
智能手机 吃喝玩乐

他们关注什么？

- 人人都是“自媒体”
- 特殊的“人际关系圈”影响力散发无穷尽的传播效力
- 微博营销，让品牌营销的力量更具攻势

从微博营销看媒介关系管理

因为微博
我们的**传播**发生了改变

HOW to DO

先定位，再聚人气



有专业的双微运营团队

运营组织策略

最强团队——杜蕾斯团队几十人，才能做好一件事！文案、策划、创意、制图、媒介各司其职！
有时甚至需要建立全员自媒体推广制度，资源最大化。

团队架构	成员	主要职责
项目负责人		统筹微博微信运营方向、KPI考核、公司资源协调和运营报告
运营官		负责微博微信内容策划发布、文案撰写、粉丝互动、信息反馈、客户运营指导等
创意策划		根据营销节点、公司节点、活动节点策划事件活动
设计师		负责活动配图、社交海报、物料设计、配合执行、客户创意指导等
技术		配合分析数据、微信技术开发（H5、互动游戏）、服务订制客户的能力

发布内容指引

[内容指引]



运营策略

自媒体运营需要站内，站外多种方式集中推广

站内推广



站外推广



传播流程设计

建立传播矩阵



自下而上的传播效应

培养用户的忠诚度，吸引用户在购买产品

通过自媒体吸引用户加入QQ群等IM平台，增强互动

在自媒体上发布有效并且有趣的信息，加强用户黏性

在各类网站发布自媒体账号信息，吸引用户关注微博、微信等自媒体

网状传播闭环设计



各传播工具的特点与分工



微博公众号：重点做内容，分享各类资讯。



微信服务号：会员号，为忠实用户提供优惠及折扣信息

公众订阅号：发布有价值的餐厅及美食资讯，成为引导用户关注微博、微信的窗口



QQ群：用户交流群



今日头条和抖音的运用，分享独立专业的个人咨询，沉淀粉丝

传播技巧

内容：结合产品、结合热点时事

文字：简约、精炼、短

图片：清晰、有趣；可以自行设计对话类、漫画类题材

学习：关注行业内优秀的微博账号，学习他们的长处

线下活动：合作，帮助门店做推广，在门店放置自媒体二维码名片

抽奖活动：不定期举行转发抽奖活动，引发病毒式传播

朋友圈：别忘了朋友圈的传播效果，尽可能的朋友做推荐

产品：参加展会、以及与行业相关的活动，结识同道友人，以尊重赢得尊重



如何应对自媒体公关危机事件？



谢谢