

2021下半年社交平台营销手册

CARNIVO & YUE 策略出品

导语

《2021上半年社交平台营销手册》为读者总结的中国5大社交媒体平台的营销方法，在过去半年里，受到各个平台的趋势变化和政策影响而需要及时调整更新。特此整理成册，旨在与传播大环境同步并确保为读者产出高质高效的品牌社媒传播指导方案。

做好社会化传播 跟紧5大核心社媒平台最新定位



品牌内容沉淀池

品牌内容
沉淀池

营销
侧重点

高质量私域内容运营
粉丝沉淀与转换

营销
主创人

品牌发布为主
KOL和粉丝共创为辅



舆论造势曝光池

舆论话题
曝光池

品牌官宣及电商导流
内容轻量化

品牌日常维护
大V内容助推为辅



多元内容互动池

社交电商
互动区

构建社交电商生态闭环
真实趣味的社交内容

品牌与达人内容共创
平台内引流工具为辅



网红爆款草原池

多元生活
分享平台

打造多元化生活方式
真诚分享与产品种草

搭建KOX矩阵为主
“专业号”内容展示为辅



Gen-Z内容心智池

Gen-Z同好
文化社区

与GENZ精神共振
深度内容即广告

UP主产出内容为主
品牌发布为辅



微信全域营销图解

最新政策	微信平台响应国家工信部要求，从9月开始将分阶段步骤实施外链管理措施，解除外链屏蔽									
WHY WECHAT?	品牌内容沉淀池									
	为品牌提供最佳的沉淀与转换路径，全方位构建品牌私域生态内容									
流量入口	01. 微信公众平台			02. 微信会员互动			03. 微信外部引流			
投放诉求	巩固品牌力			产品力+品牌力+销售力			展现品牌力			
投放受众	品牌粉丝/品牌现有客群			品牌粉丝/品牌现有客群			品牌目标受众（话题/KOL/内容吸引）			
传播形式	官方公众号	官方视频号	小程序	微信直播	微信社群	朋友圈广告	公众号广告	视频号/直播	KOL合作共创	线下联动
	结合热点话题/品牌活动 推送图文或视频/释出官方内容	品牌故事/互动情感内容/产品介绍 &测评	会员互动机制/社区专属内容/发放福利活动	视频号直播/品牌小程序直播/看点直播（腾讯内部直播平台，适用于暂无小程序品牌商户）	通过公众平台引流，导流至微信群，活跃私域流量	投放产品TVC、季节性KV... 展示品牌核心竞争力，触达潜在消费者	与公众号合作产出文章；文章内贴片广告；互选广告	品牌干货内容视频号&直播推广	与KOL共创特色内容，扩大品牌声量，实现销售转化	线下活动导流 线上线下打通，相互引流
	*创意以深度产品、品牌相关内容为主，引导销售转化内容					*创意想法&传播概念为主				



微博全域营销图解

最新政策	微博平台对中央“清朗·饭圈”行动颁布多项整改措施整治饭圈乱象，全面下线明星排名榜等多项饭圈相关板块		
WHY WEIBO?	舆论话题曝光池		
	从品牌官宣发布上新到引流电商，全面打通营销链路		
流量入口	01. 用户已关注账号	02. 搜索发现话题页面	03. 硬广页面
投放诉求	增大曝光量 精准触达用户群体	消费者互动 增加曝光率&转化率	打通微博引流电商转化枢纽 品牌转化更高效
投放受众	品牌目标受众（关注账号吸引）	品牌现有客群 品牌目标受众（话题吸引）	品牌粉丝/品牌现有客群/品牌目标受众
传播形式	<ul style="list-style-type: none"> 粉丝头条&粉丝通付费推广 官方发起活动话题 转评赞微博抽奖 粉丝私信互动 	<ul style="list-style-type: none"> Banner 广告 大图卡片 视频卡片 热搜, ... 	<ul style="list-style-type: none"> 开机屏, 一键加购 ...
	*传播中避免明星敏感话题，精准把控舆论提高品牌声量		*电商传播物料增大点击量



抖音全域营销图解

最新政策	抖音提出“兴趣电商”定位，成为基于人们对美好生活的向往，满足用户潜在购物兴趣，提升消费者生活品质的电商				
WHY DOUYIN?	社交电商互动区				
	消费者兴趣为轴心，打造集购物、内容、娱乐等于一体的新商业形态				
流量入口	关注页	抖音直播	热搜榜	推荐页	同城页
投放诉求	共同兴趣 从种草到拔草 人货场精准匹配	互动兴趣 趣味主题 打造专属购物空间	潮流兴趣 借势潮流话题 抢夺互动先机	个人兴趣 强化品牌认知 激发购物需求	同城兴趣 聚焦本地生活服务 促进消费行为
投放受众	品牌粉丝 品牌现有客群	品牌粉丝 品牌现有客群	品牌目标受众 (圈层话题吸引)	品牌目标受众 (个人兴趣吸引)	品牌目标受众 (同城内容吸引)
传播形式	<ul style="list-style-type: none"> KOL共创视频内容 KOL直播带货 品牌自创视频内容 	<ul style="list-style-type: none"> 场景化主题直播间 真实兴趣化内容氛围 公平流量分发 FEED流付费推广 	<ul style="list-style-type: none"> 抖音话题挑战 抖音贴纸 热搜榜Hashtag 	<ul style="list-style-type: none"> 独具品牌特色内容 养成固定发布习惯 DOU+定向推荐 	<ul style="list-style-type: none"> 吃喝玩乐等线下体验 同城定向广告 信息流



小红书全域营销图解

最新政策	平台正式推出“号店一体”新机制，为品牌提供“直连消费者”机会的平台，打击“软广”笔记提倡真诚分享			
WHY RED?	多元生活分享平台			
	以口碑内容建设品牌心智			
流量入口	专业号：内容是开店的前提			非专业号
	企业	职业认证博主	兴趣认证博主	素人/KOC
投放诉求	*对已有红书店铺品牌 企业号内完成种草+拔草闭环 品牌与用户直接关联互动	专业背书 权威种草	博主推广 真实体验	真实口碑 原生互动
投放受众	品牌粉丝/品牌现有客群	品牌目标受众（KOL/KOC 内容吸引）		
传播形式	<ul style="list-style-type: none"> • 静动态/互动开屏承接不同落地页 • 品牌专区，抢占搜索流量 • 火焰话题 • 定制惊喜盒子 • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 权威介绍产品成分、用法.. • 与品牌共创，科普干货内容 • 专业测评分享 • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌笔记撰写（在笔记中带上商 品标记，也可以通过@的形式直接 链接到商家账号） • KOL带货直播 • 品牌话题活动参与 • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 原生感真实感素人笔记 • 发现页笔记信息流推广原生笔记 • 品牌对原生笔记的二次传播 • ...



B站内容运营图解

WHY BILIBILI?	Gen-Z同好文化社区			
	以内容占领年轻心智，聚焦新一代用户市场精准实现效果转化			
内容模型	01. PUGV - UP主 智造原生内容	02. 品牌定制化内容		03. 平台中的扶持内容
投放诉求	通过内容原生价值感与真实感 深度占领圈层用户心智	跨圈层渗入GenZ主阵地 打造品牌年轻化	个性真诚的与GenZ互动 用文化内容打造品牌软实力	树立生态影响力 关注年轻人成长
投放受众	品牌目标受众 (UP主吸引)	品牌目标受众 (圈层吸引)	品牌目标受众 (文化内容吸引)	品牌目标受众 (平台节目吸引)
传播形式	PUGV内容联合创作  e.g 一加手机 x 何同学 《我用一万个备忘录做了一个动画》 用极具创意的高质量备忘录动画视频，引出一加手机新品的特点	品牌主导定制专题活动  e.g 万物皆可奥利奥 奥利奥搭载B站7000+圈层生态， UP主赋能共创解锁奥利奥花式玩法，开启年轻人脑洞	品牌B站账号专属定制内容  e.g 钉钉《钉钉本钉，在线求饶》 因为网课被孩子们猛打一星评价的钉钉，凭借一条自嘲视频《钉钉本钉，在线求饶》收获了2450万点击量，创下了企业官方号的纪录	四大扶持内容品类： 音乐内容生态、情感类内容生态、 国风类内容生态、生活类内容生态  e.g B站2018月音乐综艺《我的音乐你听吗》 原创音乐节目，选拔新生代原创音乐人 与爱乐者一起探讨什么是属于这个时代华语乐坛的好音乐
	*B站特色商业产品：闪屏/首焦/信息流、圈层定投/种草、B站新品日、B站召集令…			
*B站投放流程：明确广告需求→达人初选&开户→达人、官方双向确认&下单→客户素材制作→广告上线				