



SOCIAL FIRST
忠诚强循环

2019微博营销峰会

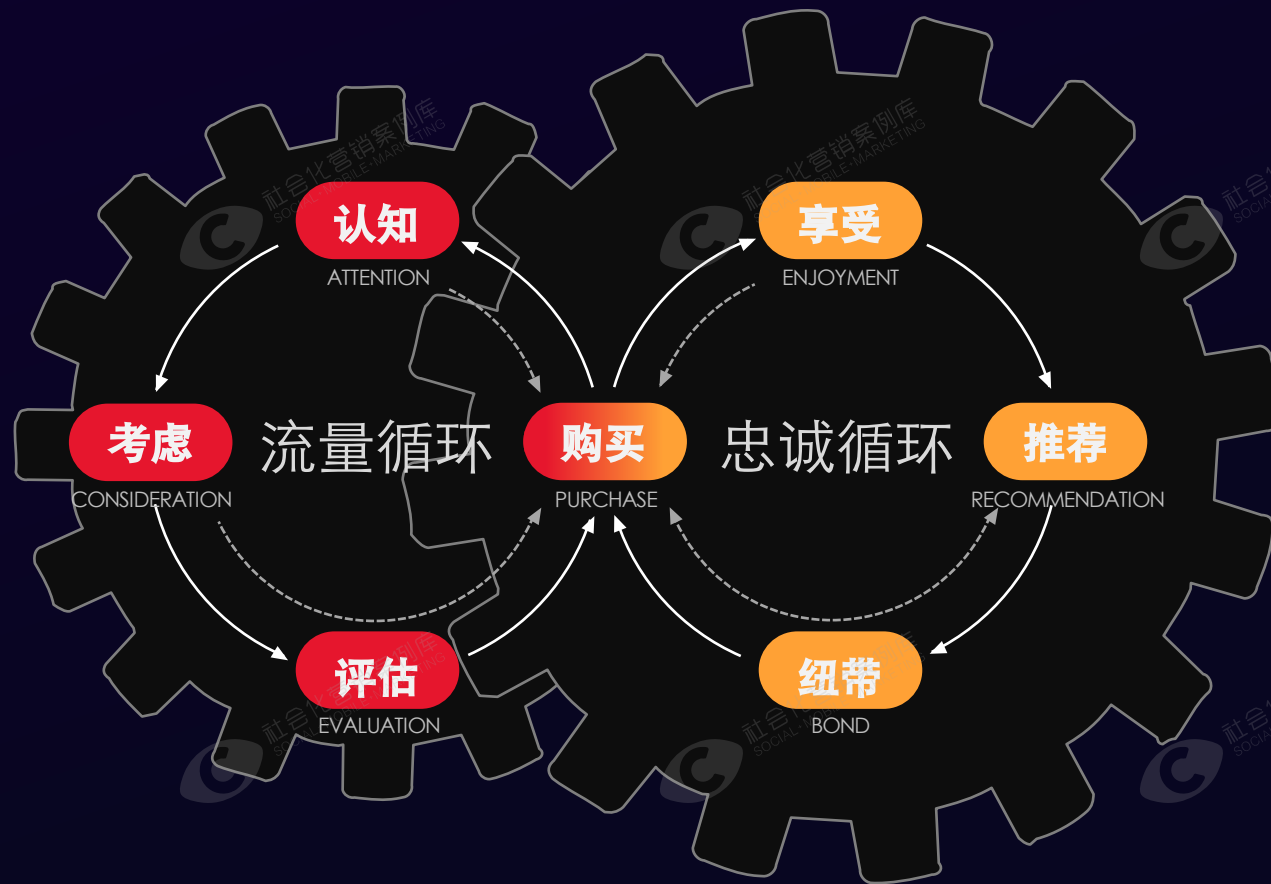
粉丝经济：用户心智的半私域战场

Magma Wu | 微博社会化营销研究院院长

用户

用户经济，曝光为王

(粉丝量，阅读量)



粉丝

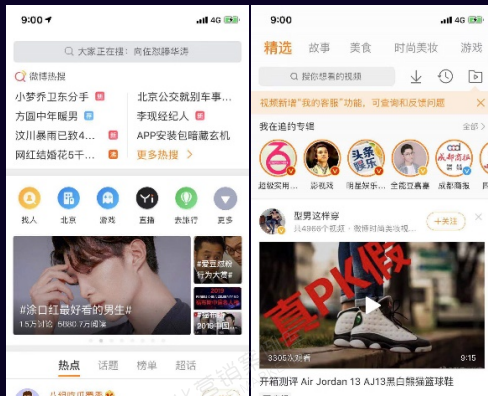
魅力经济，信任为王

(口碑力、忠诚度)

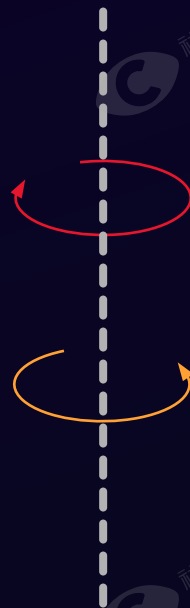


公域场 | 流量池

热门流、热搜、视频推荐流等



核心是获取精准**流量**和曝光



私域场 | 忠诚池

主feed、个人主页、超话、铁粉群等



核心是经营，粉丝积累/激活变现的**忠诚**循环

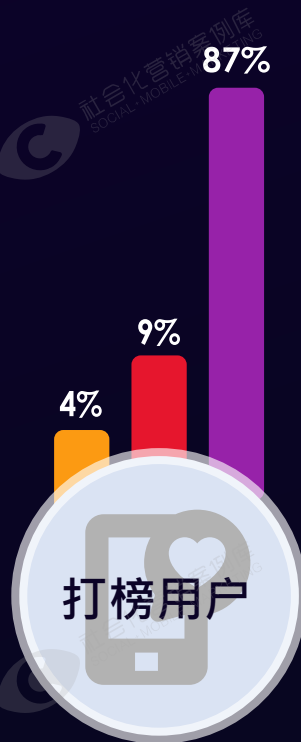
世纪坤伦大战，何以出圈引爆？

圈层碰撞

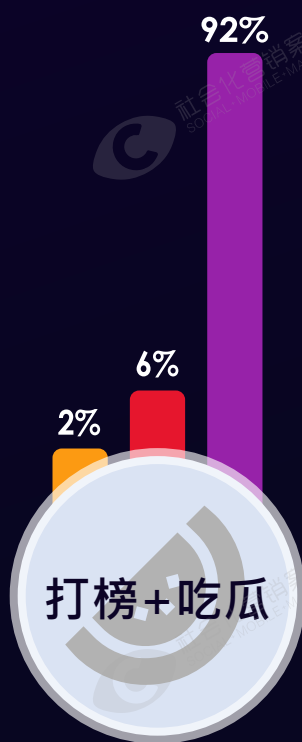
循环引爆

品牌入战

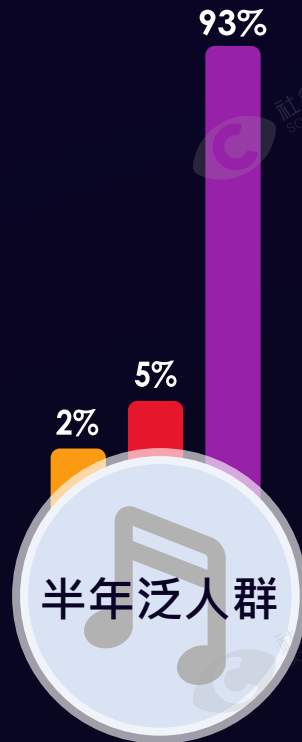
粉丝激活



为周杰伦打榜用户
10710-0728



为周杰伦打榜，超话参与及提及人群
0710-0728



周杰伦兴趣泛人群
0101-0728



认证用户



达人用户



普通用户



世纪坤伦大战，何以出圈引爆？

击穿私域

破圈引爆

建立亲密

强化忠诚



粉丝变现 (忠诚驱动的私域场)

粉丝激活 (建立连接的半私域场)

粉丝积累 (流量驱动的公域场)

- 普通消费者 ----- 用户自来水
- 平台用户 ----- 公域流量
- 明星 ----- 半私域流量
- KOL ----- 半私域流量
- 粉丝 ----- 私域流量
- 品牌 ----- 私域流量

量【博关注】

高曝光，高触达，广TA覆盖

质【强心智】

强关系，高互动，高质量互动内容

微博粉丝生态营销圈层

从积累到运营
从运营到变现
变现后再反哺强化心智



借微博之力，盘活公私域流量，全周期赋能新品营销

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING



预热种草

品牌私域流量
+ KOL半私域流量

李易峰时光

阅读量1.2亿 讨论12万

新品首发

聚焦TA人群
平台公域流量
+ 明星半私域流量

种子用户体验

品牌私域流量
+ 品牌用户口碑



品牌形象升华

品牌私域流量
+ KOL半私域流量



因势利导 促成转化

KOL半私域流量
+ 品牌用户口碑



微博 粉丝口碑沉淀反哺营销

LOOK



多重广告形式组合曝光
李易峰粉丝和微博用户

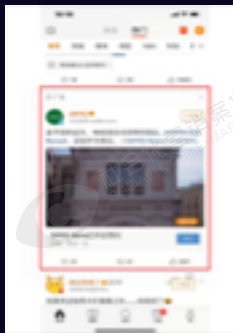
每轮曝光人群高达2500万



LINK & LIKE



蓝V&明星广告内容触达 品牌/明星粉丝产生情感联结
广告激活粉丝热情 共创优质创意内容



每轮曝光人群高达2500万

曝光人群后续UGC行为追踪

近万条产品相关UGC博文发布

UGC曝光引发二级裂变

LIVE



粉丝发布产品体验
话题涟漪影响新圈层

产品深度体验沉淀口碑



LAST



粉丝循环影响
兴趣共振·营销永动

口碑发酵提升产品好感度



LOOK



LINK



LIKE



LIVE



LAST

粉丝口碑自发驱动营销龙卷风 为OPPO带来更多原生流量

公域广场的曝光

通过微博产品从公域获取用户

公域引流到私域

基于信任，调动粉丝作为信息传达人的积极性，在私域进行口碑传播

公私域协同效应

私域破圈，与公域场的传播信息汇聚后，裂变新粉

广告曝光

被品牌广告曝光

UGC涟漪曝光

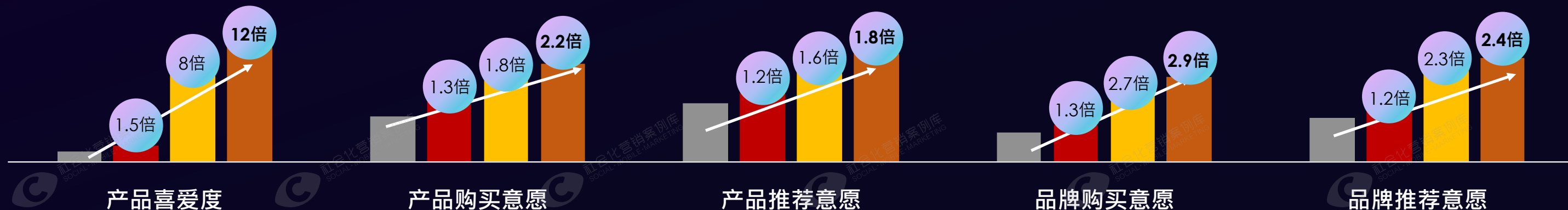
被[已被广告曝光的]用户发布的含OPPO Reno的原创内容曝光

广告+UGC曝光

同时被品牌广告以及UGC原创内容曝光

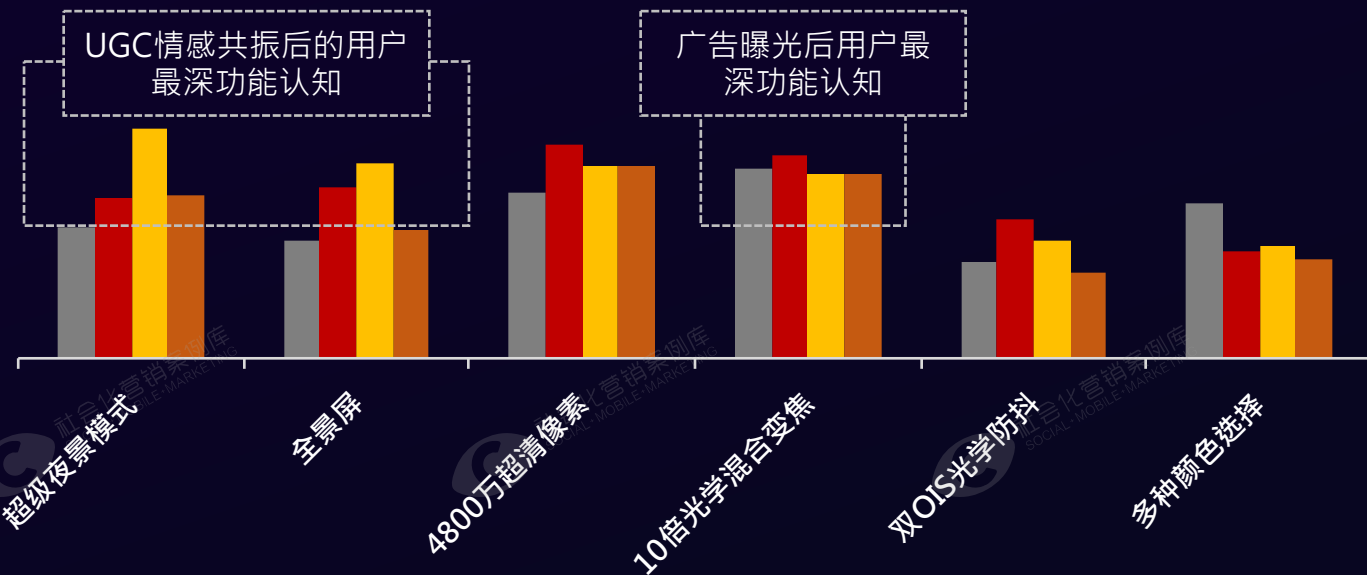
广告与UGC共振使得品牌/产品的消费者好感，购买与推荐意愿均成倍提升

■ 广告曝光前 ■ 广告曝光组 ■ UGC涟漪曝光组（广告驱动） ■ 广告&UGC共振曝光组（广告最终效果组）

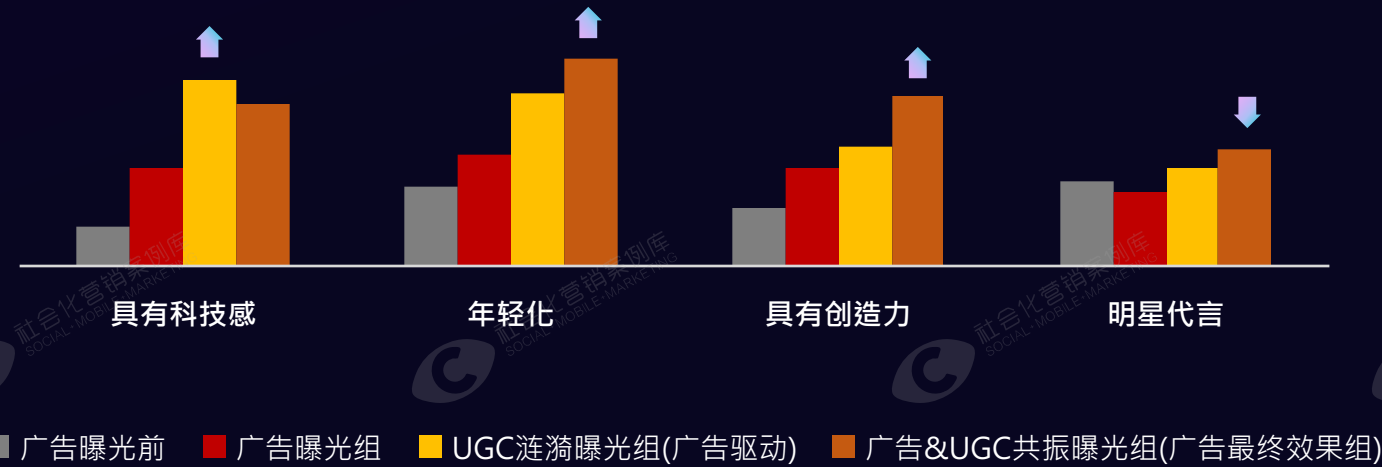


推产品功能认知升级，助品牌形象认知迁移

广告与UGC共振促使OPPO Reno功能认知更场景化



广告与UGC共振助力品牌形象从「明星」向「科技感」转型



粉丝参与不同类型账号互动的原因

明星互动原因

重度粉丝 中度粉丝 轻度粉丝

▲ 死忠粉	159	142	120
▲ 内容有该明星特色	133	134	109
▲ 该明星真实想法	129	130	109
内容实用	97	126	125
内容有创意	87	92	114
参与有奖励	62	59	83

KOL互动原因

重度粉丝 中度粉丝 轻度粉丝

死忠粉	113	82	60
内容有该KOL特色	123	112	82
▲ 该KOL真实想法	130	138	99
▲ 内容实用	116	155	154
▲ 内容有创意	103	108	126
参与有奖励	62	69	110

品牌互动原因

重度粉丝 中度粉丝 轻度粉丝

死忠粉	116	98	70
▲ 内容有该品牌特色	123	132	103
该品牌真实想法	136	124	81
▲ 内容实用	116	145	163
内容有创意	92	102	119
▲ 参与有奖励	82	81	130

粉丝变现：借力打力，以信任促购买

关注明星账号的粉丝消费情况



关注KOL账号的粉丝消费情况



铁粉

近30天对已关注博主的互动天数 ≥ 5 天
粉丝分层精细化运营，识别和转化忠诚用户

弱关系广场

关注、浏览、阅读
泛泛之交



强关系社群

高频互动和对话，
具备情感联结与价值观联动
影响心智



以粉丝圈层为核心
公域私域流量互联互动的
均衡型营销体系





依托微博的半私域特征，通过公私互导流量，灵活应援品牌各阶段的营销诉求

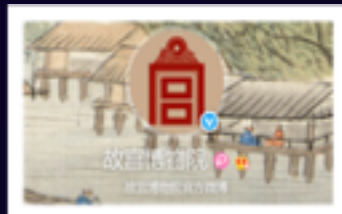
研 发

生 产

宣 发

服 务

典型示例



主要营销诉求

收集创意灵感

个性定制产品

新品宣发/形象巩固/销售转化

售后&客服&使用体验满意度

核心流量资源

私域流量+公域流量

品牌私域流量

私域流量+公域流量

品牌私域流量

核心助推力

全平台品牌TA

品牌粉丝+品牌用户

全平台品牌TA

品牌粉丝+品牌用户

流量易逝，心智永存



SOCIAL FIRST 忠诚强循环

2019微博营销峰会

THANK YOU

2019.09.06





百学习
baixuexi.com

完全免费的知识付费平台

永久免费 无版本费 收益零抽佣 提现免费 存储免费





后续更多内容请前往 @社会化营销案例库 查看



扫码下载案例库APP



扫码直接浏览案例库