

網上品牌的建立及發展

李世文先生

傳統品牌如何建立？

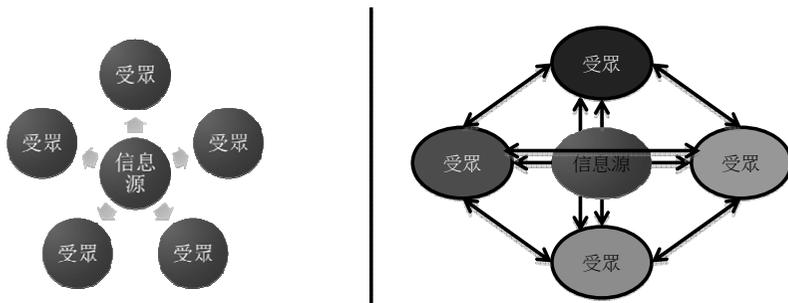


為什麼要建立網上品牌？

為什麼要建立網上品牌？

Bringing people and brands together
like never before.

互聯網信息傳播機制發生巨大變化



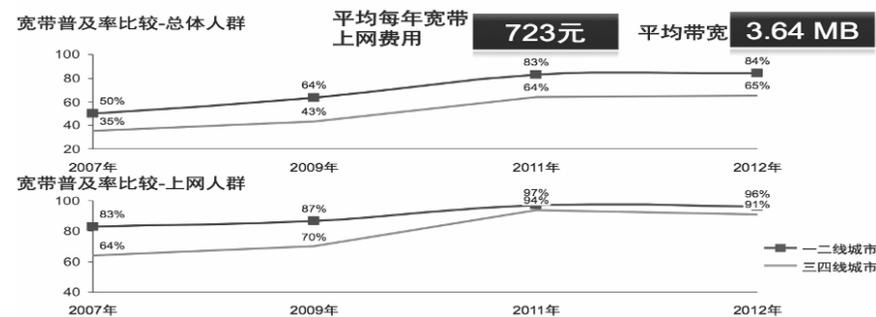
善用社群、開創商機



中國互聯網市場與用戶分析

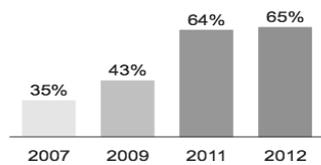
數據來源：2012群邑 中國縱深市場研究

上網人群

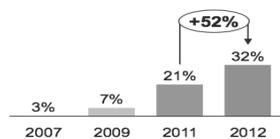


移動互聯網增長加快

寬帶上網比例



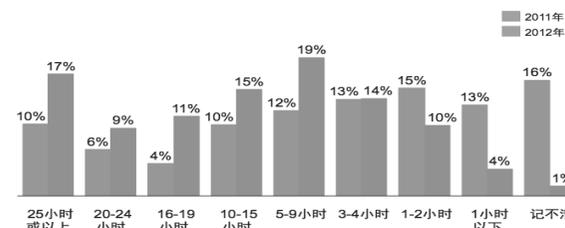
移動互聯比例



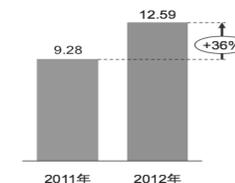
采用移动设备上网：如手机、平板电脑、上网本等

手機上網時間

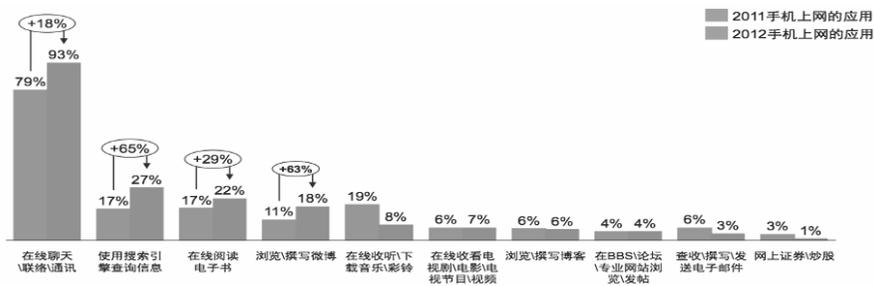
手机上网时间



手机平均上网时间（小时/周）

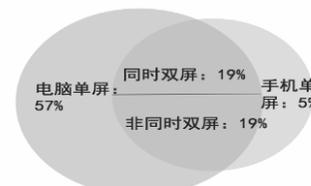


聊天、信息搜索、微博是增長最快的應用



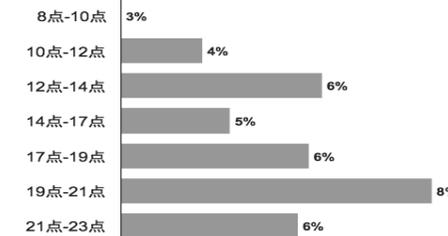
接近2成網民有雙屏使用習慣

手机电脑双屏上网使用习惯



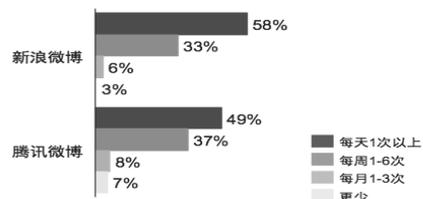
注意：双屏同时满足以下两个条件：
 1、同时使用电脑（台式机或笔记本）和手机（普通/智能手机）；
 2、电脑和手机在同一时段内使用。

双屏上网时间段

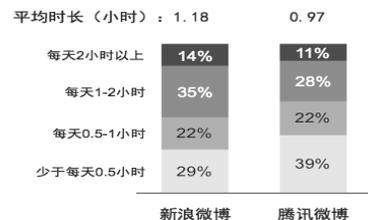


主流社交平台微博應用情況

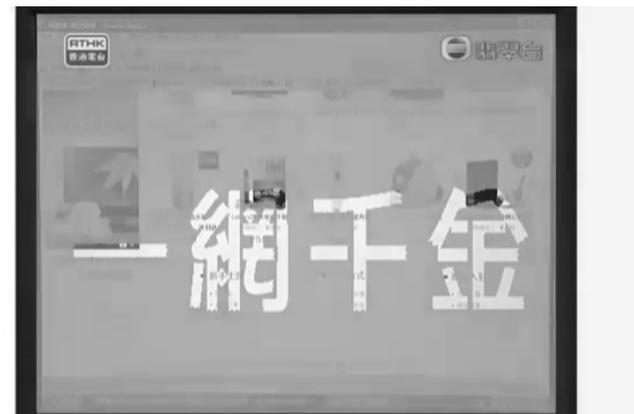
上微博的頻率



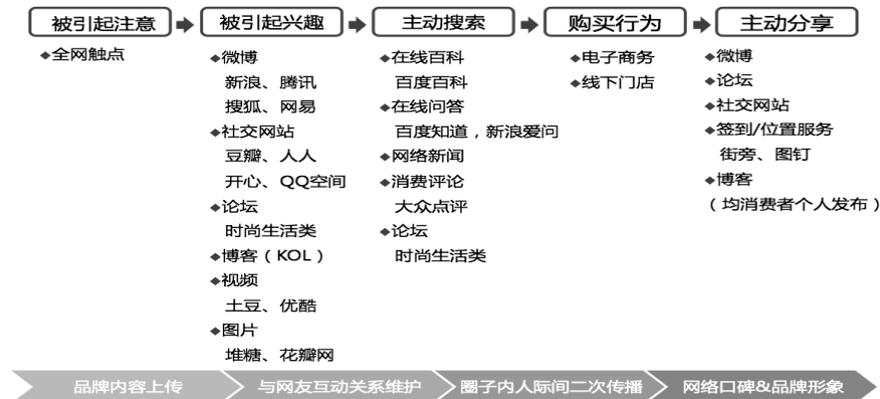
上微博時長



一網千金：中國網購對中小企業啟示



消費者網絡行為的心路歷程



網絡品牌推廣案例 - 脈動

傳播目標

背景：脉动新产品芒果味上市
目标：促进受众参与互动游戏，为芒果味脉动充分曝光

傳播挑戰

- ① 如何让目标受众最大程度的知晓脉动芒果口味上市？
- ② 并最大可能的推动受众去购买芒果味？



網絡品牌推廣案例 - 脈動

在芒果味脉动着重推广的几个城市，选择受众最常使用的6大子网络定向投放iOS和Android用户



網絡品牌推廣案例 - 脈動

项目创意表现

创意核心点

- ✓ 脉动芒果新口味曝光
- ✓ 参与互动有机会赢取4000元大奖

创意思路

用HTML5技术将互动前置化，广告位上直接玩游戏，有效提高转化率



HTML5 拓展Banner演示

網絡品牌推廣案例 - 脈動

项目创意表现



網絡品牌推廣案例 - 脈動

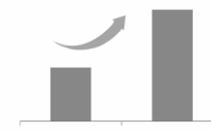
广告效果分析

超6000万次广告展示，逾20万人参与游戏
为脉动芒果味带来强有力的曝光

有趣的广告形式，简单的游戏互动，使得目标消费者粘性极大提升



人均浏览1.7个页面
(Campaign Site 共3页)



受众停留时间
是过往项目平均值的2倍

網絡品牌推廣案例 - TOTO



成功利用互联网推广让受众对TOTO产生“关注”和“兴趣”，并深入“了解”且最终“购买”

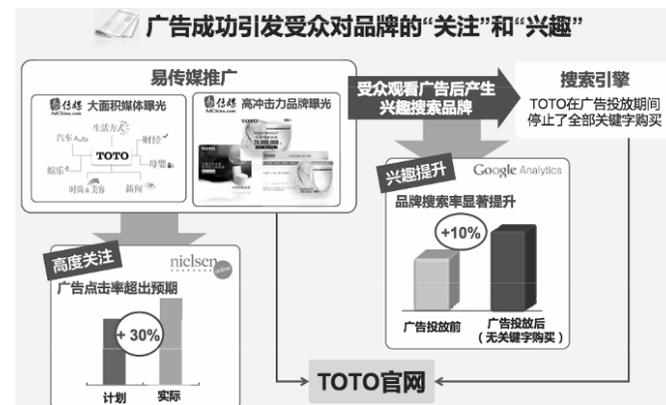
網絡品牌推廣案例 - TOTO



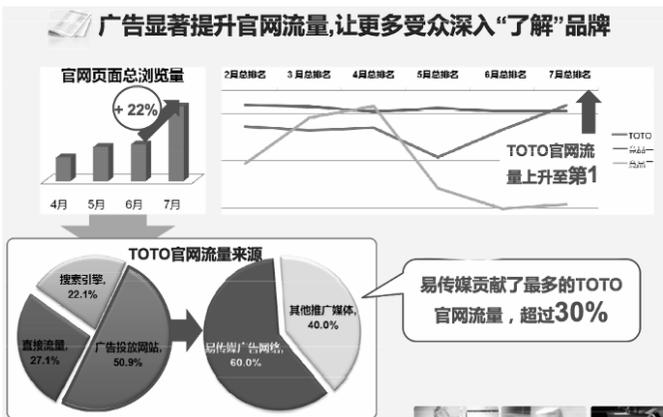
網絡品牌推廣案例 - TOTO



網絡品牌推廣案例 - TOTO



網絡品牌推廣案例 - TOTO



網絡品牌推廣案例 - TOTO



網絡品牌推廣案例 - 怡麗



怡麗“新·素肌感”新品上市推广

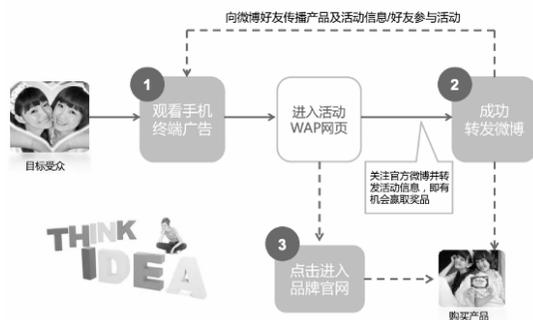
網絡品牌推廣案例 - 怡麗

项目背景



網絡品牌推廣案例 - 怡麗

推广策略：整合手机硬广和微博转发，高效曝光品牌



網絡品牌推廣案例 - 怡麗

优质媒体+高关注度广告，有效传递品牌和活动信息



- 在内容定向的基础上，精选易传媒优质手机媒体，投放高关注度动态通栏广告，有效抓取目标受众



網絡品牌推廣案例 - 怡麗

一键转发微博实现病毒式传播，最大化传播效果



- 设置特定机制，刺激目标受众参与微博转发活动，实现病毒传播，最大化传播效果
- 活动页面额外设置链接至官网按钮，进一步提升品牌及产品知名度



網絡品牌推廣案例 - 鑽石小鳥



钻石小鸟移动互联网推广案例

利用高效手机平台精准抓取目标受众

網絡品牌推廣案例 - 鑽石小鳥

推广背景及挑战



推广背景及目标

- 钻石小鸟北京体验中心，推出大型买钻优惠活动
- 目标受众：22-35岁，收入较高的白领情侣、婚嫁男女



網絡品牌推廣案例 - 鑽石小鳥

利用高覆盖、高精度、高转化率的手機廣告平台，简单三步实现推广目标



網絡品牌推廣案例 - 鑽石小鳥

锁定北京地区，引导目标受众参与体验中心优惠活动

- 采用精准地域定向技术，针对北京地区曝光品牌和活动信息
- 有效覆盖活动城市目标受众，引导受众参与北京体验中心大型买钻优惠活动



網絡品牌推廣案例 - 鑽石小鳥

组合使用“内容+机型”先进定向技术，精准抓取目标受众

- 采用内容定向技术展示高度匹配的创意广告，有效吸引用户点击
- 通过机型定向覆盖高端智能机和知名品牌机用户，精准锁定目标人群，提升注册转化率



網絡品牌推廣案例 - 鑽石小鳥

“高关注度广告+高效转化流程”有效吸引用户注册



但是我是傳統企業，OEM，產品價值低

MR. ZTICK
是的，用心生活，从身开始

¥10 收藏
领取¥10优惠券

首页 所有商品 3折专区 4折专区 5折专区 6折专区 关于我们

仕的先生**秋冬促销，清仓价，绝无仅有！**

全场3折起
不到成本的价格
地摊价格，大牌品质！

DORLINK 多灵五金
43268 店铺之宝 专注五金领域82年

本店所有商品: 首页 天猫11.11预售 双11来了 9月装修节 熊孩子活动 品牌 自助购物 买家必读

“我想对你说” 点此查看
Click to enter
揭秘7000大牌 为你准备的好货 好故事

DORLINK
要门锁有多灵
亏本商品在路上.. 快来劫
清仓仅限当下, 5折封顶!

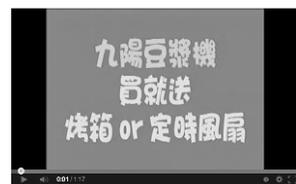
攪拌機的品牌故事



Shimono多功能迷你攪拌機



美國Cuisinart冷熱全能攪拌機(2)-香滑養生綠茶湯



九陽豆漿機 買就送好禮二選一-消費高手



Will It Blend? - iPad



Shimono多功能迷你攪拌機

View: 658 個讚
1,456 次觀看



美國Cuisinart冷熱全能攪拌機(2)-香滑養生綠茶湯

Cuisinart_HK · 2 個讚
279 次觀看



九陽豆漿機 買就送好禮二選一-消費高手

Fun17Go · 99 個讚
4,230 次觀看



Will It Blend? - iPad

Blendtec · 134 個讚
16,377,654 次觀看

YouTube HK

Will It Blend? Brought to you by Blendtec

Will It Blend? 671,899 訂閱

Will It Blend? (iPhone 5s and 5c) 1,784,019 次觀看 2 周前

CONTEST IS NOW OVER, THANK YOU FOR ENTERING STAY TUNED TO OUR FACEBOOK PAGE FOR FUTURE CONTESTS!

In this exciting episode of Will It Blend? Tom meets his biggest challenge yet! How can Tom possibly out-blend that which he fears the most, Gold Tom! Stay tuned to find out... 展开

None 5,040 位訂閱者

YouTube 上的相关频道

- Practical Joke
- BuzzFeedVideo
- Vat19.com
- Vat19's 2nd Cha...
- Zombie George ...
- @Vetastic

Will It Blend? - iPad 16,377,654 次觀看 3 年前 CC

Will It Blend? - iPhone 11,928,845 次觀看 6 年前

Will It Blend? - Glow Sticks 10,352,622 次觀看 6 年前

Will It Blend? - iPhone 5 vs Galaxy S3 8,084,317 次觀看 1 年前

Will It Blend? - Golf Balls 7,394,370 次觀看 7 年前

Will It Blend? - Crowbar 7,088,038 次觀看 6 年前

Will It Blend? - Bic Lighters 6,829,196 次觀看 6 年前

Will It Blend? - iPhone3G 6,653,242 次觀看 5 年前

Will It Blend? - Marbles 6,399,419 次觀看 7 年前

Will It Blend? - Diamonds...as far as you know 6,392,249 次觀看 6 年前

Will It Blend? - iPod 6,218,128 次觀看 6 年前

Will It Blend? - iPhone 4 4,725,560 次觀看 3 年前

微博：改變中國的社交媒體網絡



新浪微博介紹

用戶數量  新浪微博 weibo.com



新浪微博介紹

用戶行為  新浪微博 weibo.com



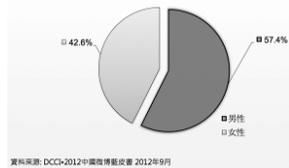
新浪微博介紹

香港用戶  新浪微博 weibo.com



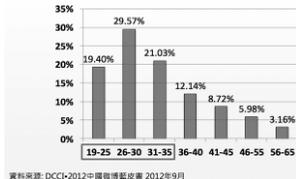
新浪微博介紹

男女用戶的比例為 (57.4%) 對 (42.6%)



資料來源: DCCI-2012中國微博發展報告 2012年9月

[19-35歲] 的用戶佔新浪微博平台總用戶量的 (70%)



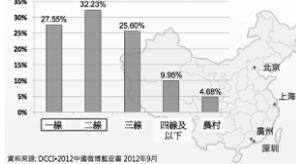
資料來源: DCCI-2012中國微博發展報告 2012年9月

用戶的教育程度高 - (89.1%) 用戶擁有 [大專或以上] 的學歷



資料來源: DCCI-2012中國微博發展報告 2012年9月

來自 [一線及二線城市] 的用戶接近佔 (60%)



資料來源: DCCI-2012中國微博發展報告 2012年9月

新浪微博企業用戶



飲食業	資訊科技
汽車買賣商	房地產
商業服務	時裝
電子商貿	酒店及旅遊度假

新浪微博企業用戶

 HARBOUR CITY 香港海港城 1102 491734 7890 關注 粉絲 微博	 PlayStation 1251 47338 2246 關注 粉絲 微博	 周生生 (Chow Sang Sang) 162 76701 2788 關注 粉絲 微博
 I.T 香港時裝品牌 863 392030 4049 關注 粉絲 微博	 Sasa.com sasa 官方微博 565 156711 4650 關注 粉絲 微博	 港龍航空 官方新浪微博 199 91383 1277 關注 粉絲 微博
 Ocean Park 香港海洋公園官方微博 335 235092 2092 關注 粉絲 微博	 adidas 香港官方微博 129 69520 2300 關注 粉絲 微博	 htc quietly brilliant 香港 HTC 官方微博 807 31368 883 關注 粉絲 微博

對於企業微博的挑戰



如何 突出品牌微博

- 超過 30萬個企業用戶
- 日均 1.2億條微博



如何 有效接觸目標粉絲

- 跨平台宣傳
- 監察活動效果



如何 持續增加粉絲數

- 內容管理及市場營銷策略
- 資源分配及品牌資產

對於企業微博的挑戰

確立企業微博營運目的

品牌管理	隨著微博近年在中國互聯網興起，它已經成為接觸內地顧客群的最主要渠道
媒體公關	
客戶關係管理	據調查所得，企業在經營官方微博的目的中，得分最高的選項是品牌管理，隨後依次是媒體公關、客戶關係管理、銷售、招聘
銷售	
招聘	

微博4C溝通原則

內容 (CONTENT):

- 注重相關性、實用性和時間性

連繫 (CONNECTIONS):

- 主動接觸用戶，讓他們感受到重視

對話 (CONVERSATIONS):

- 與用戶交流對話

社交圈 (COMMUNITY):

- 鼓勵粉絲轉發和互動



微博企業應用

企業應用廣場

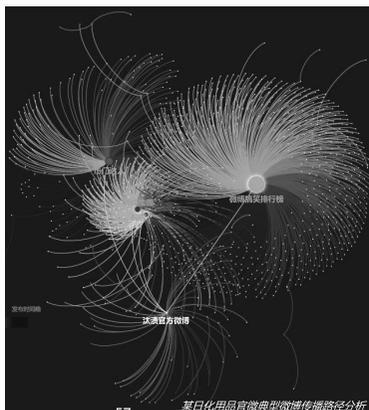
- 企業版微博屬於開放平台，滿足各行業企業的營銷需求
- 企業可以在應用廣場尋找匹配的應用，使企業微博更個性化，加強宣傳效果

★ 宣傳應用	📺 視頻應用
☰ 貨架應用	🏷️ 優惠券應用
✍️ 投票應用	🌐 活動應用

總結微博營銷



沒有數據營銷，互聯網品牌建立容易變成浪費



微博營銷案例 1

Lexus

客戶訴求：CT200h車型推廣
 活動形式：有獎轉發 + 問券收集 + 線下活動
 效果呈現：

- 潛在客戶增長：2665人
- 轉發：4092條
- 評論：1586條
- 活動參與人數：3600人
- 有效潛在客戶：37人
- 活動曝光率：2910萬



微博營銷案例 2

Mini

客戶訴求：與太陽新天地商場合作，增加Mini新車知名度
 活動形式：微博活動 + 線下活動
 效果呈現：

- 博文曝光量：56萬人
- 新增潛在客戶：500名
- 活動期間：商場客流量增加1000人



微博營銷案例 3

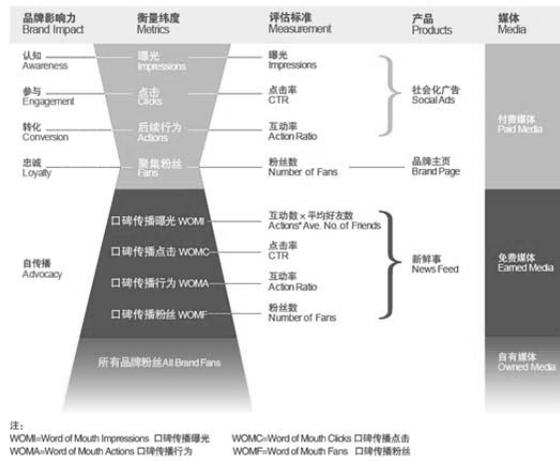
Audi

客戶訴求：通過新穎互動體驗帶動銷售
 活動形式：有獎轉發 + 問券收集 + 線下活動
 效果呈現：

- 微電影首日觀看：15000次
- 微電影博文轉發：1000條
- 活動當日：成功銷售10台汽車



人人喊应—SNS社交媒体广告价值衡量标准



結語

結語

互聯網品牌：從了解以及聆聽你的客戶開始