



营销人新战场

品牌如何玩转“抖音”营销？



为什么要用抖音做营销？

抖音用户画像

内容营销新趋势

抖音企业号的现状分析

抖音企业品牌号的内容形式

什么样的内容才能做成爆款？

抖音营销的几种玩法

各种玩法分类

人设型蓝V账号打造法则

01 为什么要用抖音做营销？

为什么要用抖音做营销？



在互联网的大时代背景下，如何简单有效的做好内容营销？

为什么要用抖音做营销？



为什么要用抖音做营销？



抖音的用户是一群什么样的人？

为什么要用抖音做营销？



年龄分布

35岁以下人群超过90%，其中24-35岁的用户占比近50%



学历分布

本科及以上学历占比60%以上



性别分布

女性用户超过百分之60



城市占比

一二线城市占比以及中高等消费人群占比均超过60%

为什么要用抖音做营销？



内容形式更加多样化

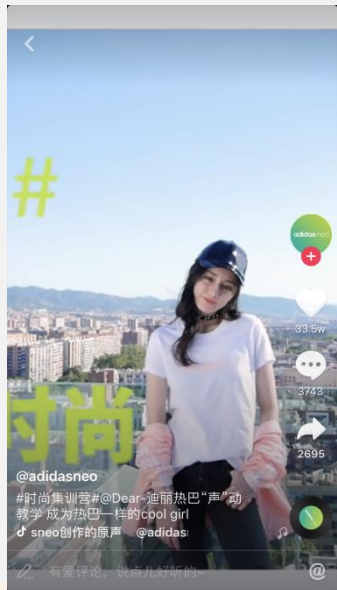
02 抖音营销的现状分析



洋葱智库

洋葱智库分析研究了130个品牌账号
的近4000条内容后我们得到了什么？

抖音营销的现状分析



流量明星型



专属人设型

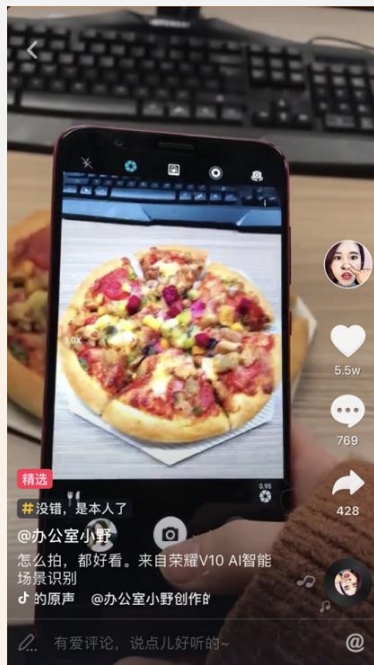


制造传播热点型

03 抖音营销的具体玩法

1

与流量型IP合作，做 广告创意植入合作



2

抖音的挑战赛

以话题驱动的视频征集活动



3

专属人设型---更能提高粉丝的粘性



聚焦你的用户群体

抖音营销的具体玩法

品牌信息

品牌定制头图，账号头像，
蓝V身份认证，文字介绍

展示组件

品牌官网

内容聚合

话题挑战赛内容聚合及管理

品牌视频

原创作品支持视频置顶



流量资源

广告导流和广告物料打通，
60S的视频权限

营销洞察

主页维度数据分析、视频
维度数据分析、自身品牌
舆论检测和粉丝用户画像
四个功能



设置一个必火的人设



我是谁？

做减法而不是做加法





我是干什么的？

定位受众，选择类目





别人凭什么喜欢我？

明确IP性格，完成赛道选择





01 同类型的账号，我为什么要去关注你，而不是去关注他？



02 我给别人关注的点是什么？



03 能不能利用自己的优势，把这个点持续的强化？



打磨你的内容

内容调性

平台调性

创意设计

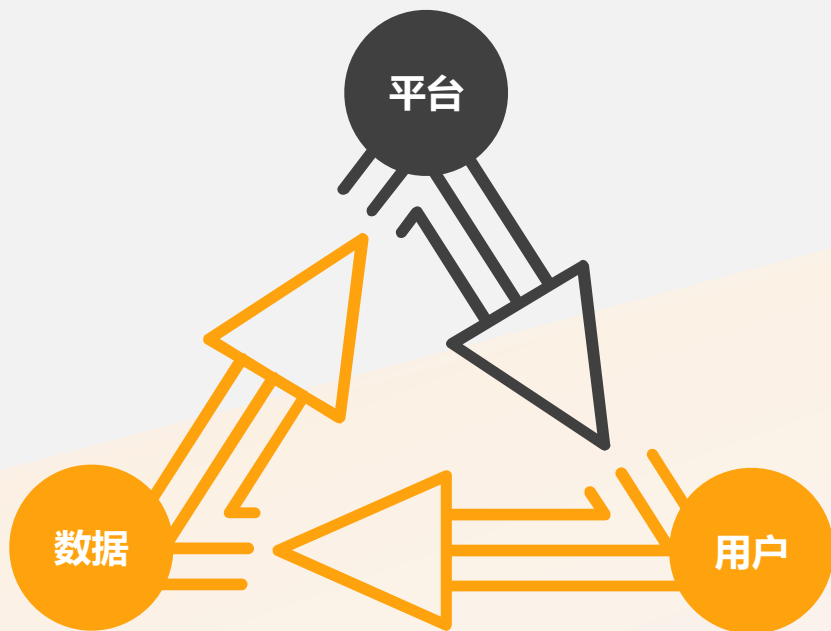
标题文案





不可或缺的经营

抖音营销的具体玩法



谢谢！

洋葱大学 出品