



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

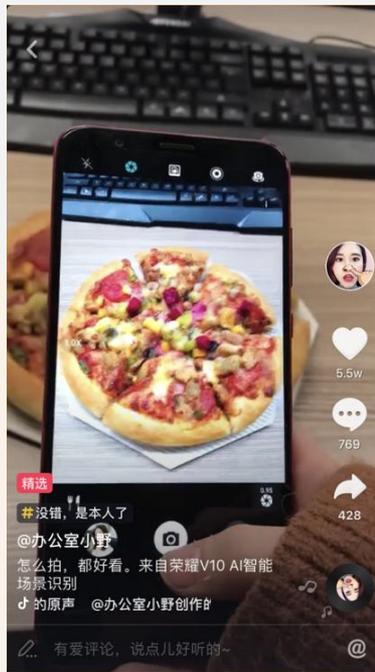


制造传播热点型

# 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**

# 抖音营销的具体玩法



## 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

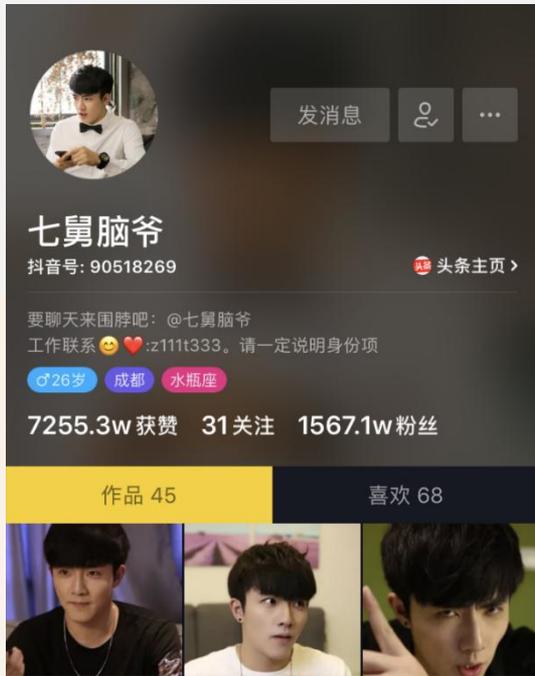


设置一个必火的人设



## 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

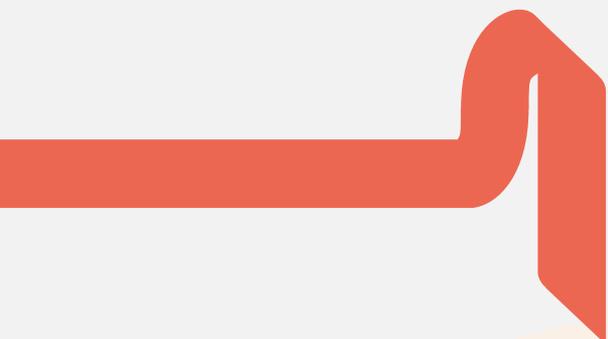




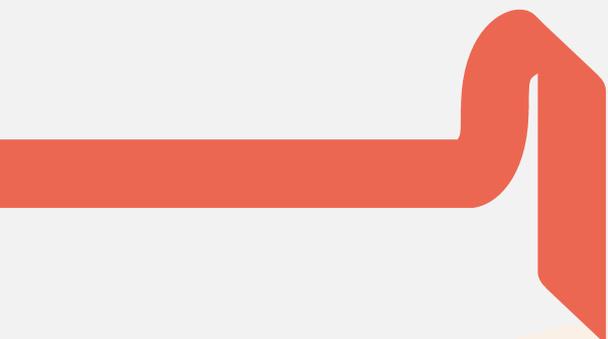
## 别人凭什么喜欢我？

## 明确IP性格，完成赛道选择





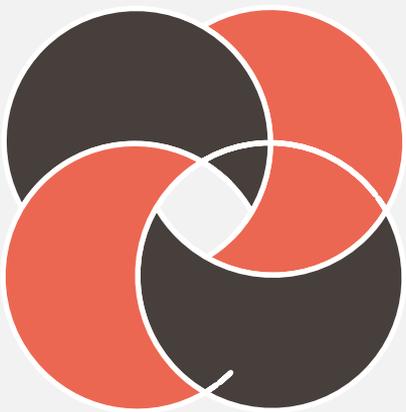
01 同类型的账号，我为什么要去关注你，而不是去关注他？



## 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？



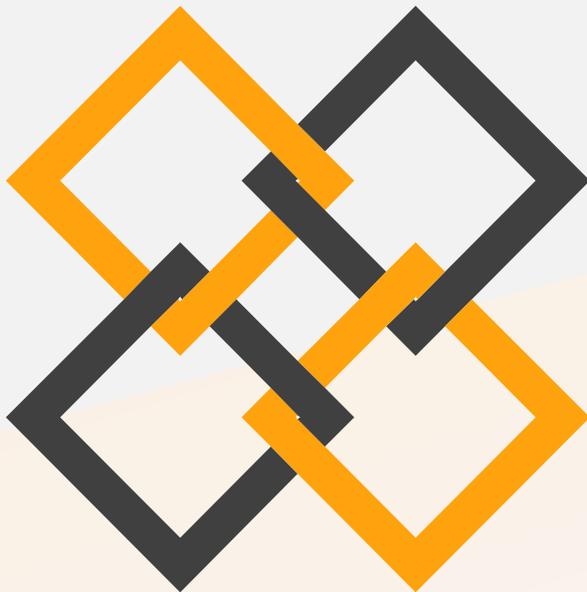
打磨你的内容

内容调性

平台调性

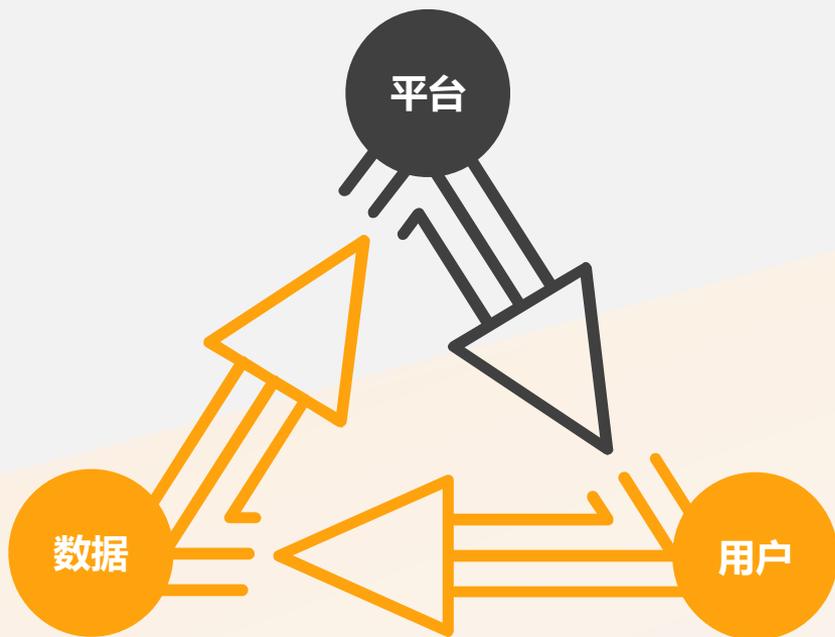
创意设计

标题文案





不可或缺的经营



# 谢谢！

---

洋葱大学 出品