

怎么发外国媒体文章？英国德国法国新闻媒体软文发稿推广-海外媒体公关广告公司来教你

产品名称	怎么发外国媒体文章？英国德国法国新闻媒体软文发稿推广-海外媒体公关广告公司来教你
公司名称	深圳懿范科技有限公司
价格	13025201512.00/个
规格参数	言同数字科技:13025201512
公司地址	深圳市南山区粤海街道滨海社区海天一路19、17、18号深圳市软件产业基地4栋1层
联系电话	13025201512 18598092550

产品详情

全球欧美亚太拉美非洲东南亚中东中国美国加拿大墨西哥德国法国英国俄罗斯比利时匈牙利丹麦西班牙意大利奥地利/卢森堡荷兰希腊菲律宾新加坡香港日本澳大利亚韩国台湾印度朝鲜印度尼西亚泰国越南马来西亚南非阿根廷巴西土耳其保加利亚委内瑞拉以色列阿联酋/沙特哥伦比亚玻利维亚秘鲁波兰厄瓜多尔捷克危地马拉乌克兰巴拉圭其他

简体中文英语繁体中文德语俄语意大利语法语日语阿拉伯语印地语西班牙语马来西亚语印尼语越南语泰语葡萄牙语韩语土耳其语匈牙利语希伯来语希腊语荷兰语保加利亚语丹麦语其他波兰语斯洛伐克语乌克兰语

一、内容产品出海的启示

中国互联网出海从工具进入到内容型产品出海是大势所趋，根据笔者的认识，按照内容形态可将内容型产品可分为四类：

文字内容产品，包括文字阅读类产品和资讯类产品；

第二类是图片与漫画内容产品；

第三类是视频与直播类产品，包括视频产品和直播产品；

第四类是音乐类和音频类产品。

内容型产品出海的难点在于需要了解当地用户的内容消费习惯、熟悉当地文化等，这对于不了解国外文化环境的中国互联网公司来说是个挑战。

无论是工具型产品转内容型平台，还是网文、短视频等内容型产品出海，都需要思考怎样才能走出一条适合自己的本地化之路。这些是内容型产品出海一开始就需要考虑的问题，但对于大部分跨境电商行业从业者来说，并没有思考得这么深入；或者说，对于卖货赚钱为目的的卖家，他们也暂时不需要考虑到这个层面，但对于抓住DTC品牌出海的趋势，显然需要转变。

跨境电商现状与痛点：流量思维，严重依赖付费广告投放，成本高ROI低，效果难以为继，缺乏品牌效益。核心问题是怎样打造品牌？

启示与转变：从流量思维到用户思维，以品牌打造为核心，注重内容营销，品效合一；用做内容型产品思维做品牌出海。塑造品牌，就是讲好故事，就是做好内容。如何做好内容我们可以从内容型产品出海中得到些许启示。

二、内容产品出海底层逻辑

内容生产主要解决内容来源的问题，内容平台考虑怎样持续为用户提供内容满足需求；从品牌打造角度说，要考虑怎样通过持续的内容输出阐述品牌主张，抢占用户心智。按照内容生产方的不同，可分为用户原创内容（UGC）与生产内容（PGC）。对于内容平台来说，随着对UGC内容质量的把控，还产生了指导下的UGC内容（PUGC）；而电商品牌站打造，同样可以分PGC和UGC，前者是以官方视角输出内容，后者以真实、可信的用户视角进行口碑传播。

无论是内容平台还是DTC品牌，PGC考虑的都是的内容与品牌的背书。只是内容平台操作层面上更多是通过的内容机构合作与接入；而DTC品牌则是通过媒体报道/PR活动，明星大V代言，以及社媒的图文内容等来展示。当然大V的合作也是需要循序渐进，DTC品牌做好KOL合作本身就是需要好好规划。只有在你具体一定品牌基础，能够很好地打动人，才有进一步合作的可能，这里我们简单分为头部的大V与中部的KOL（可以根据需要进一步划分）。至于PGC与UGC的内容营销模式，与内容型产品创作者运营有些许异曲同工

对于DTC品牌打造来说，UGC是在优质产品与用户体验基础上，通过引导用户社交媒体晒单、站内站外用户评价、中小红人测评和用户社群互动等方式来扩大品牌影响力，本质上是与用户进行品牌共建。