

## 今年，视频号将不断进化，品牌商如何做视频号营销矩阵方案

产品名称	今年，视频号将不断进化，品牌商如何做视频号营销矩阵方案
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

### 产品详情

《2022中国网络视听发展研究报告》显示，2021年网络视听用户规模继续增长，短视频用户规模达8.87亿，使用率高达88.4%，已成为互联网的底层应用。

短视频是享受4G技术红利最显著的移动互联网产品形态，抖音也借此建立起了视频生态和商业化闭环。在5G商用的背景下，视频消费的占比将会进一步提升，甚至连即时通讯本身都可能发生视频化的形式变迁。

从视频号推出后，很多品牌企业和自媒体公司孵化了不少视频号原生IP

2020年，房地产、互联网和金融等行业，对视频号抱观望态度，这些企业和品牌都曾吃到公众号红利，视频号会不会是下一个红利期；

2021年，一些企业品牌开始试水，他们拿出较少的预算运营视频号；2

2021年年终，可以看到大部分企业自动拿出较大预算，在视频号搭建私域营销生态。

2021年包括其中包含了餐饮（美食）、酒店、旅游、金融、民宿、建材、房地产、教育培训、银行、创投、品牌旗舰店等众垂类的行业，从内容账号定位、脚本策划和私域运营，在各个垂类行业进行大生态的循环发展。

尽管2022年的微信公开课上张小龙并未现身视频号站台，但从整个公开课的议程安排和规划分布来看，视频号无疑占据着微信生态业务的C位。

视频号正式被定义为原子化组件，通过与微信支付、企业微信等产品整合、打通，让创作者拥有私域运营的能力。在业内人士看来，视频号将会在微信生态内实现内在产品逻辑和外在内容逻辑的全方位整合，然后在不断的变化中适应用户的喜好。

这些场景化对企业品牌，尤其是新消费是一个利好点，在微信生态内精准获取流量，转化和成交，最后通过企业微信，拉到私域用户池，进行精准的用户标签化管理。

近来，视频号更是动作频频，仅在2021年12月就进行了至少5次更新，比如上线小程序购物车、推出“带货中心”、公众号可插入视频号活动、视频号抢占公众号黄金流量位、进入订阅号消息Timeline以及视频号直播预约推广新功能等。

2022年微信公开课已经明确表示，给予企业平台流量的支持。不仅是企业品牌，还有商家和内容创作者，微信都希望看到一个生态稳步发展的状态；今年，视频号将不断进化，包括“平台流量支持，产品能力共建，商业模式增值，横向策略支持”四块扶持；还有商业模式的增值，分别是一些矩阵、私域加直播的服务，甚至一些资源组合。可以看到，微信官方直接给企业品牌一些激励计划，带动在视频号的整个营销状态。

视频号的加速布局，将为短视频行业带来新一轮的内卷。

近期视频号又推出了一个分享员的功能，推广员推广的视频号直播进入小程序购买商品，可以获得奖励，内容创作者也可以获得佣金。

视频号直播间分享员，是一个小程序商家联动视频号的能力。

小程序商家可以自主添加分享员，分享员会收到邀请通知，需确认同意后正式成为该小程序的分享员。

一个微信号最多能成为5个小程序的分享员。

分享员分享关联小程序的直播间后，小程序商家与分享员均能获得由分享员分享产生的直播间内交易数据。

分享员的权限

分享员可在「带货中心」小程序内查看可分享的直播间（可分享的直播间为所属小程序关联的视频号的直播间），可查看自己分享后的带货数据。

分享员可以自行解除与小程序的关系。

## 分享员如何查看数据

分享员将可以进入「带货中心」小程序，查看自己可分享的直播间与分享后的数据。

(非分享员角色的用户进入带货中心小程序，看不到相关入口)

分享员可通过此数据，与小程序开发者对账。

想了解上图的品牌商视频号营销矩阵方案可私