

自媒体难以量化的价值：品效如何联动

产品名称	自媒体难以量化的价值：品效如何联动
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

产品详情

(1) 品牌传播是有效的

(2) 衡量品牌传播效果

品牌度(Brand Awareness)等品牌态度参数(Customer Attitude Metrics)与销售之间存在非常密切的转换关系，但是它会随着产品品类和不同品牌而发生变化。.....以短期销售增加作为品牌推广活动的主要考核指标是不合适的。更现实的做法，是寻找与品牌推广更密切的指数作为考核指标，比如，品牌营销内容传播的直接指标，比如阅读数、转评赞，应该作为首先的考核和分析指标。除了这些，还可以：将搜索引擎或社交媒体的指数作为辅助指标考核品牌活动的推广效果.....

---- Dr. Hanssens of UCLA Anderson School of Management

不能看当前销售额或DAU增长，应该看社交指数、搜索指数等直接指标。

(3) 品牌传播如何生效

“滞后性”，不追求短期直接联动；

手段越复合、越立体，效果越好；

不仅影响效果推广，还影响用户留存、活跃和社交推广。