

湖南企业搭建新媒体矩阵网络推广托管

产品名称	湖南企业搭建新媒体矩阵网络推广托管
公司名称	河南世耀诚实业集团有限公司
价格	.00/件
规格参数	套餐一:2000 套餐二:15000 套餐三:50000
公司地址	南阳市卧龙区工业路华龙广告二楼
联系电话	13140513661 18338218580

产品详情

当前比较流行的新媒体矩阵就是腾讯系新媒体，指的就是在公众号、小程序、朋友圈广告、QQ浏览器广告等媒体平台上，整合一个完善的媒体布局。快消行业想要搭建腾讯系新媒体矩阵，需要事先了解一些搭建要点，本文将就此问题做一个简单的探讨。

01为什么要搭建新媒体矩阵？

当前时代，流量分散，平台众多，而快消行业的产品往往替代性比较强，利润不高，走量取胜，在这种背景下，搭建新媒体矩阵，主要作用包含了以下几个方面。

提高宣传效率

- 1.利用多平台的不同特性，进行针对性地广告投放，可以形成一个严密的宣传体系。
- 2.新媒体矩阵能够拓宽宣传渠道，从而影响到更多的用户群体。
- 3.不同平台的调性，也能互为补充。如果用户在多个平台看到同一个宣传，不仅能加深印象，也能放大营销效果，形成比较大的影响力，从而让用户不自觉就会产生营销冲动。

降低运营风险

当前各大平台的管控日益严格，若是出现意外，很容易被封号。如果企业只有一个平台有账号，被封号就难免被动，前功尽弃。前几年，有一些比较知名的大号，在微信公众号遭到了永久封禁。

如果有多个平台，可以很好地进行引流，降低运营风险。这样分散平台，即便遇到不确定事项，也有比较完善的解决方案。

多元化内容营销

每个平台风格各有不同，在不同平台进行同步营销，能够很好地发挥各个平台的优势。比如QQ有很多年轻群体使用，QQ空间的说说、日志能够发挥作用。

比如公众号多是图文，也能发语音和视频消息；比如微信朋友圈比较适合熟人营销等。企业在腾讯系各个平台建立账号，能让内容更加多样化，覆盖面更广。通过不同账号的差异化运营，也能不断深化品牌影响力。

02快消行业新媒体矩阵搭建方法

了解了腾讯系新媒体矩阵的强大作用，就要着手准备去搭建了。对于快消行业来讲，营销效果是非常明显的，因为快消产品受众比较多，只要营销做得好，销量提升非常明显。如何搭建腾讯系新媒体矩阵呢？一般需要六个步骤。

自我分析

不同的品牌，有着不同的发展阶段。在搭建新媒体矩阵之前，先要对自身的实际情况进行摸底了解。

1.启动初期，需要根据自身情况，来选择那些流量较多在红利期的新媒体平台。

2.到了后续比较成熟的运营阶段，就可以考虑开发比较新型的流量平台了。比如某饮用水品牌，搭建矩阵比较早。

在2012年就抓住了自身特点，通过QQ空间吸纳用户，后来又通过微信公众号来提高粉丝粘性，现在做的风生水起。

确定目标群体

确定好了媒体矩阵的构架以后，就可以确定目标群体了。对于快消行业来讲，年龄层覆盖面比较广，那就要根据产品特性，来对用户群体进行细分了。细分的关键，是同类群体。比如某些企业针对的，是某一类的人群，来进行营销。

而对于不同类的群体，可以考虑分别用不同的账号来运营。同时要注意内容营销，有创意。比如视频号运营，就可以尝试情景剧模式、口播模式、采访模式等等，创意很多样。

平台确认

在平台的矩阵布局方面，要先对这些平台有一个比较直观的了解。比如一些常规的泛内容平台和新型的媒体平台，都要有所了解。

对于腾讯系这些平台来讲，则可以全部启用。在此基础上，选择一个核心平台。不同平台的用户群体不同，相应的投放力度也要有所区别。针对年轻人的话，微信可以作为主要平台，公众号、视频号、小程序全部启动，打造一个微信新媒体矩阵。

账号建设

当矩阵确定，就是考虑账号建设了。企业在不同的平台，需要展现不同的人格化。比如快消行业主要是贴近生活，那就要有一定的亲和力。如果是着重品牌建设，就要着重品宣和传播，如果是着重产品，就要有一个享受生活的人格形象。

总之，人格形象不能背离企业的价值观。角色属性不仅要结合企业形象，也要根据平台风格进行改造。比如视频号，就要抓住黄金三秒。如果运营公众号，就要做好封面图、封面标题等等。

人员配置

当平台和矩阵都确定好，就是选择具体的运营人员了。搭建运营团队常见的有两种方式，一种是按照业务模式设置，一种是按照平台配置人员。

两种模式各有优势，前者相对灵活多变，后者更为细分，可以根据企业的实际情况进行选择。

腾讯系新媒体的工作内容，通常包含了投放运营、用户运营、内容运营和活动运营，根据这几个大类别，又可以细分的更为详细。每个模块负责好自己的内容，然后进行整合，就是比较可靠的运营团队了。

确立运营目标

无论做事还是运营，有一个明确的目标都可以事半功倍。新媒体运营的话，需要事先制定一个强大的目标，这些目标又要进行细分，同各个部门类型进行一个匹配。

综合来讲，腾讯系新媒体的搭建要注重内容营销，要注意商品化运作，更要进行互推互助，通过不同形式来展现相同的信息，在降低成本的同时，可以扩大化地扩大经济效益。

03快消行业新媒体矩阵运营技巧

快消行业虽然面向的用户群比较广泛，但同时竞争压力也是非常大的，想要做好运营，掌握一定的技巧很有必要。

分配好资源精细化运营

由于矩阵账号众多，想要一视同仁，每个账号都做到极致是不大可能的。在运营初期，就要确定一个重点运营的平台，将大部分资源倾斜在这些重点平台，其他平台辅助发展，是比较合理的模式。

这种模式可以更好地利用核心优势资源，让多平台有主有次，逐渐发展。毕竟团队资源有限，很难同时兼顾多个平台，当然大型企业除外。

比如疫情期间，某品牌选取了微信公众号文章底部广告/微信小程序直播方式进行重点营销，就取得了不错的效果。所以搭建新媒体矩阵也是需要分清主次，不是说每一个平台都需要付出巨大的精力。

矩阵平台搭配使用

矩阵运营，要根据各个平台的特点进行区分化运营。不同的平台，需要不同的套路，可以根据平台特点和产品性质来针对性地制定营销策略。

在运营中，也要充分发挥矩阵优势，注重各个平台的联合运营，整合矩阵的优势，从而让营销效果扩大化。

打造固定人设事半功倍

矩阵中比较重要的一个部分，就是人设的打造。当前时代，成功的品牌一般都具备一个比较人格化的人设，能够有效提升品牌的流量。

想要美化企业形象，打造固定人设，可以通过分享一些干货，做一些比较吸引人的营销活动来达成。

情感营销赢得口碑

运营方面，做好情感营销是能获得良好口碑的。例如某桶装水品牌，通过“只要关注就送180元红包，12桶免费矿泉水”的营销模式，吸引了一大波粉丝。

这种模式，首先需要关注微信公众号，认证以后，还要输入手机号，然后去个人中心领取。

这种方式，就是一种比较独特的情感营销。前期通过促销，来赢得粉丝的认可。等一年后不再免费了，粉丝也已经习惯了这种服务，也不好意思不再继续用这家的桶装水。这种习惯和情感的培养，无疑是一种比较高明的营销策略。

本文对快消行业新媒体矩阵做了一个简单的描述，想必对想要进军其中的企业有一定的启发作用。新媒体矩阵作为信息化时代营销过程中较为重要的管理工具，有着非常不错的传播效果，而且它不仅没有太多限制，还比较高效。对于快消行业来讲，建立一个新媒体矩阵，势在必行。