

# 外贸人知识分享：【必看】海外社交媒体运营分享

产品名称	外贸人知识分享：【必看】海外社交媒体运营分享
公司名称	深圳市实测通技术服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	测试周期:5-7天 寄样地址:深圳宝安 价格费用:电话详谈
公司地址	深圳市罗湖区翠竹街道翠宁社区太宁路145号二单元705
联系电话	17324413130 17324413130

## 产品详情

### 一、如何让客户重视用社媒

#### 1、普及性：

根据统计数据，全球超过45亿互联网用户，38亿人（占全球人口49%）使用社交媒体，2020新增3.21亿社媒用户。这些数字说明社交媒体对当下人们的生活中有十分重要的影响。

#### 2、品牌宣传（展会的替代品）：

要让一个品牌产生影响力，基本都是靠线下活动，广告宣传等方式，但现在疫情的背景下，线下显然不现实，而社交媒体恰好是以社群活动为主来影响用户，那么利用社交媒体举办活动，吸引用户参与，在Facebook等圈子里分享和评论等，以口碑效应来提高品牌知名度，再把产品推广出去。

通过社交媒体，可以直接联系到很多人。与越来越多的人联系，表明您将会取得巨大的品牌/口碑传播。社交媒体为您提供了一个机会平台，您可以通过社交媒体营销策略培养您的业务。在一定的时间内，经过适当的客户培育，种子\*终变成一棵大树。“口碑”具有传染性，没有人能比“顾客分享”更好地推广您的业务。

#### 3、持续收益并且可以快同行一步：

无需投入资金，就可以通过社交媒体在线建立业务。只需要一个好想法与行动。全球有超过5000万家小企业仅使用FACEBOOK与人们建立产品和服务。社交媒体真正具备的平台传播和销售增长渠道，通过这种能力，企业无疑可以超越竞争对手。

初期的社媒运营枯燥，且收益缓慢，需要长时间的运营和维护，但是一旦口碑发酵宣传出去以后，会源

源不断的获取优质客户主动询问。

#### 4、可以针对性投放客户

无论您从事何种业务，都有很大一部分客户都在社交媒体上，您都可以按产品的目标受众精准定位营销。例如，如果您想出售自行车装备，您将针对骑自行车的人群体Facebook，Instagram等（通过标签来实现）也可以通过云搜数据查找有进口商标签的精准客户，通过公司名称的社媒标志来决定用什么方式去联系客户。

#### 5、SEO（提升网站排名）

社交媒体营销也有助于提高你的网站搜索引擎优化。它不会直接而间接地帮助你，这是一个很大的因素，因为你可以通过社交媒体吸引大量的访问者访问你的网站。

## 二、怎么用社媒

### 第一：分时间段发帖

#### 1.Facebook

**\*\*发帖时段：**

周六、周日的中午12点-下午1点；

周四、周五的下午1点-4点；

周三下午三点；

**能够增加分享和点击率的时段：**

1，早上9点；

2，下午一点；

3，下午三点；

效果\*差时段是周末的上午8点之前，以及晚上8点之后。比较有趣的内容可以在周五发。下午3点发帖可以获得\*大点击量，下午1点发帖可以获得\*大转发量。

#### 2.Linkedin

**\*\*发帖时段：**

1，周中的下午5点-6点\*活跃；

2，周二上午10点-11点；

3，周二、三、四的早上7点30-8点30，中午12点，以及下午5点-6点；

**点击量\*高时段：**

1, 下午5点-6点

2, 早上7点-8点

3, 中午12点

效果\*糟糕的时段是晚上10点-

早上6点。周一和周五效果都不太好。商务人士习惯像浏览报纸一样，在早上浏览LinkedIn。

### 3. Twitter

\*\*发帖时段：

1, Twitter的\*活跃时段是中午12点-下午3点，顶峰在下午5点；

2, 周三中午以及下午5点-6点；

3, 周一至周五的中午12点-下午3点，以及下午5点；

能够增加转发和点击率的时段：

1, 下午5点-6点；

2, 中午时段；

3, 下午3点；

B2B企业建议在工作日发推（周三点击率尤其高）；B2C建议在周末发推。

### 4. Pinterest（跟Instagram类似，高分辨率、赏心悦目且垂直的图像）

\*\*发帖时段：

1, 周六晚上8点-11点；

2, 周五下午3点；

“ Pin ” \*多的时段：

1, 晚上8点-11点（9点为顶峰）；

2, 早上2点-4点，下午2点-4点；

3, 下午1点-3点；

周六早上发帖的效果也不错。效果\*差的时段是工作时段。

### 5. Instagram

\*\*发帖时段：

1, Instagram用户每天都比较活跃,周一更活跃一点;

2,周一和周四除下午3点-4点外的所有时段;

3,视频可在任意一天的晚上9点-早上8点发;

效果\*\*时段:

1,早上8点-9点;

2,早上2点;

3,下午5点;

晚上9点发视频可以增加34%的互动。

第二:如何结合公司品牌及产品制定策略?

根据数据显示,目前全球的社交媒体数量达到了188多个,但大部分属于小众网站,和卖家的目标用户没有直接联系。那我们应该如何挑选适合自己公司的社媒平台,制定正确的策略呢?

1.知道你的目标用户集中在哪些平台上,继而进行有针对性的营销;

2.学会看数据做分析,并根据分析结果计划你的预算分配;

3.做好各个渠道的内容运营策略,并循环使用;

02

如何设定发布频率?

帖子的发布并不是越多越好,因为帖子既要为用户带来价值的内容,又不能给他们带来困扰。据Buffer研究表明,当发布的内容有趣又能帮助用户解决问题时,可以尽可能多发帖。

理想发布频率建议:

Pinterest : 5条/天

Twitter : 3条/天

Facebook : 2条/天

LinkedIn : 1条/工作日

Instagram : 1.5条/天

03

帖子发布可获取的关注时间?

要想获得广泛的传播和提高用户的参与度,制定发布时间的战略计划必不可少。帖子的发布时间长短是

很多社交媒体算法的关键因素，根据 MtoM Consulting 的调查数据显示：

Facebook 的帖子可见时间为5-6个小时

Instagram 的帖子可以持续48小时

Instagram 故事只能在24小时内可见

Pinterest 上可以维持长达3个月的可见性

### 三、各主流社媒运营小技巧

Instagram：

#### 1、充分利用品牌页

Instagram是目前欧美\*流行的社交媒体软件，这一点不用再多介绍了，重要的是越来越多的年轻用户都在Instagram上与各个品牌进行互动，而且参与度非常高！这里说的品牌互动不单单是指国际化的\*\*\*，还包括很多的小众品牌。因为外国人在消费观念上与中国还是有一定差异的，他们只看重自己喜不喜欢、适不适合，而不会过分在乎它是否是\*\*子。这就给了很多小众品牌走向用户的机会，但重中之重咱们还是要考虑清楚，自己的产品和服务面向哪个受众，然后建一个商家的品牌页面，专门来展示我们的品牌和个性。

需要注意的是：

明确区分个人账号和商业账号。既然我们建立的是品牌页，就是\*\*展示我们品牌故事和产品信息地方，日常的自拍照、生活照、旅行照等跟品牌不相关的内容，尽量或者干脆就不要放在上面，因为这些照片对我们品牌定性和推广并无任何用处，反而会让你丢失了主题，离精准用户越来越远。当然，只是单纯发产品图片会很无聊，也带有很强的推销性质，那么我们可以赋予这些照片故事性，比如把单个的照片拼在一起，试图去讲一个发生在这个产品和品牌上的故事，这个故事可以使感人的、有趣的，也需要你仔细琢磨如何平衡个人和商业产品之间的联系。

#### 2、主动点赞和评论

积极主动的在他人的照片下发表有趣和有意义的评论，会提高其他用户关注你的几率。其次就是点赞了，虽然作用不是很大，但总比什么都不做要强。这种操作跟主动关注别人，换取“互关”的可能性差不多。

另外，不知道大家有没有一个习惯，如果你有喜欢的明星和偶像，会常去她/他的\*\*列表查看，都有哪些人新关注了自己的偶像，也会随机点开他们的主页，甚至直接关注一些人？这就有了后面的操作——时常取关很受欢迎的名人，然后再关注回来。这样一来，你的名字会经常出现在这些名人\*\*列表的\*前面，成为“新\*\*”。这也是很多商家快速获取一部分\*\*关注的“伎俩”之一。

需要注意的是：

很明显，这个方法需要非常慎重的使用，因为它已经违反了Instagram的某些规定，你的账号也可能会被禁用。（另外切记千万不要用公司LOGO做头像，一旦封号就是\*\*）

#### 3、与其他社交平台连接

可能很多朋友已经想到了，把Instagram账号与Facebook账号连结在一起，可以迅速把有Instagram账号和Fa

cebook的朋友联系起来，设置“自动关注”所有Facebook好友，获取“回粉”的机会，这样你的Instagram账号\*\*数量也能增加。

#### 4、标注地理位置

很多平台开发设置地理位置的功能，并非单纯分享用户所在的地理位置，你可以利用发送照片位置，让你同在一个地方的用户浏览到你的照片，\*大限度的提高你的照片被点赞的几率。

需要注意的是：

不要在私密的住处，比如你的家里标注地理位置，会被陌生人看到。

#### 5、使用热门标签

标签存在的作用是帮助用户搜索相关主题关键词的时候，能够快速观看到相关标签的照片内容。所以我们使用那些热门的标签时，其他用户在搜索这个标签的时候会很容易看到你发布的内容，如果刚好你的照片内容非常棒，非常吸引人，那么这种操作就会变成一个很好的\*\*的方式。

#### 6、使用简单易搜索的用户名

如果想让用户能够快速搜索到你，那么需要你有一个更贴近你的产品/业务的用户名，尽量避免下划线，特殊字符/数字和非常长的名字。

#### 7、明亮的照片更能吸引人参与

有可视化的分析工具和营销平台指出，与较暗的照片相比，明亮和蓝色的照片更能激发人们的参与度。当然，也不是让大家每一张照片都弄成亮蓝色，可以根据你的实际情况，需要重点推广和传播的照片参考用这个方式，还是之前的提示——适度使用哦。

领英：

##### 1)打造一份完美的领英个人资料

. 姓名（First name/Last name）里我的建议是：英文名+核心产品行业关键词简称/公司名称简称，这会帮助你很清晰的告诉客户你叫什么名字，做什么产品/来自哪家公司

. 职位头衔（Headline）里我的建议是：先思考你的客户需要的是什么？然后描述的组成部分可以是核心产品行业关键词+核心产品行业关键词+XX产品或服务的制造商/服务商/供应商/产品经理/专家，尽量不要描述自己是销售，可以用其它的词汇去替代，因为直接说自己是销售会让客户第一感官上认为你就是来推销的，绝大多数客户都不会喜欢

备注：姓名（First name/Last name）和职位头衔（Headline）这两个地方是\*需要打磨的，一定要让你的介绍描述契合你的客户需求，至少也是和客户利益需求相关的，因为你发送好友添加申请，客户收到的申请列表上直接展示的是这两项内容，所以这直接决定了客户会不会添加你为好友以及能不能让客户更容易搜索到你

. 自我介绍（Summary）里我的建议是：你是谁+你能提供什么产品服务+你的优势是什么+你能给客户带来什么好处+\*\*认证+网站联系方式，并且搭配着作品文件（Media）去顺势完成这项内容，比如你可以在作品文件（Media）里上传体现你公司文化/实力的照片/展现你个人魅力的照片/参展照片/生产照片/客户合影等等，这样会让整体看起来更有说服力，同时也不会那么枯燥

. 工作经历 (Work experience) 和教育经历 (Education) 我的建议是：尽可能的去完善优化，你的信息完善的越详细，你在客户心里的可信度也就越高，并且同样配置照片和链接去完成

. 技能专长 (Skills) 是被很多人所忽略的，我的建议是：技能专长 (Skills) 里使用系统推荐的+核心产品行业关键词

. 个人成就 (Accomplishments) 也是经常被忽略的部分，我的建议是：可以去发现素材填充内容，比如你和客户一起完成的一次项目/你参加的一次展会/你的一次成长经历/你参加的公司活动等等

. 联系方式 (contact info/Profile URL/Email) 里主要提一下Profile URL，我的建议是：用核心产品行业关键词自定义一个Profile URL

## 2 加入 LinkedIn ProFinder:兼职人员汇聚圈子

如果你是自由职业者或者兼职人员，或者是独立的专业人士，可以考虑加入LinkedIn的ProFinder网络关系网。这是一个所有LinkedIn成员都可以寻求专家来提供专业服务的社交网络平台，例如设计师，作家，编辑，会计师，营销顾问，网络开发人员，社交平台营销推广，谷歌开发客户，linkedin领英运营营销人员，等等。

要访问ProFinder，可以单击LinkedIn导航栏上的兴趣选项卡，然后在下拉菜单中选择ProFinder。

备注：在国内的LinkedIn领英版本，只能通过网站 ([linkedin.com/profinder](https://www.linkedin.com/profinder)) 直接来访问。

## 3 培养好你的人脉关系网

与观众好友持续的保持联系和关注对于建立相互认识及培养信任感至关重要。通过LinkedIn领英可以更加轻松了解你人脉关系网中各个成员实时状态。

在LinkedIn主页上查看保持联系的方法框(Ways to Keep in Touch box)，这些提示旨在鼓励你与你人脉关系网中的成员持续互动，所以请每天花几分钟时间与关系网里面的个人通过消息来联系。

如果你要祝贺某人周年庆，或者获得新工作，或者晋升，不要只是单纯的说恭喜，\*\*可以具体提及你要祝贺这个人名字及要祝贺的内容，让被祝贺的人对你的印象增倍及产生好感。

如今的买家可以在线获得更多的信息。他们已经决定了要\*\*什么，但是问题是，他们会从谁那里\*\*?他们会从朋友推荐的供应商那里直接\*\*，因为是老朋友介绍，信任度很高。换句话说，他们会向那些花时间与他们建立关系的人那里\*\*。

花点时间来注意你的潜在客户的真实需求是什么，你必须是一个问题发现者，才能成为一个问题解决者。