**5-1 微博营销认知**

**知识目标：**

1.了解微博的发展历程；

2.掌握微博营销的类型及特点

**能力目标：**

能熟练使用微博APP

**情境导入**

小明为日照大米科技有限公司开展微博营销运营

**技能学习**

1. 微博的前世今生

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 阶段时期 | 类型 | 代表网站 |
| 第一阶段（引入期） | 极客型 | 海内、饭 否、叽歪、做啥 |
| 第二阶段（探索期） | 试探型 | 嘀咕、Follow5  |
| 第三阶段（成长期） | 门户型 | 各门户网站、 大型网站为主要代表新浪微博、腾讯微博是 |

二、微博与微信的异同点

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 异同点 | 微博 | 微信 |
| 相同点 | 同样是交流分享平台 |
| 同样可以点赞和评论 |
| 不同点  | 微信的朋友圈是私人的 | 微博是公众的 |
| 微信的朋友圈内容不可转发 | 微博内容可随时转发 |
| 微信的朋友圈评论不可査看 | 微博评论可査看 |
| 微信的朋友圈字数无限制 | 早期微博字数有限制 |

三、微博营销

微博营销是指通过微博平台为商家、个人等创造价值而执行的一种营销方式，也是指商家或个人通过微博平台发现并满足用户的各类需求的商业行为方式。微博营销以微博作为营销平台，每一个听众(粉丝)都是潜在的营销对象，企业利用更新自己的微型博客向网友传播企业信息、产品信息，树立良好的企业形象和产品形象。每天更新内容就可以跟大家交流互动，或者发布大家感兴趣的话题，这样来达到营销的目的，这样的方式就是互联网新推出的微博营销。

该营销方式注重价值的传递、内容的互动、系统的布局、准确的定位，微博的火热发展也使得其营销效果尤为显著。微博营销涉及的范围包括认证、有效粉丝、朋友、话题、名博、开放平台、整体运营等。自2012年12月后，新浪微博推出企业服务商平台，为企业在微博上进行营销提供一定帮助。

四、特点

1、成本上---发布门槛低，成本远小于广告，效果却不差

140个字发布信息，远比博客发布容易，对于同样效果的广告则更加经济。与传统的大众媒体(报纸，流媒体，电视等)相比受众同样广泛，前期一次投入，后期维护成本低廉。

2、覆盖上---传播效果好，速度快，覆盖广

微博信息支持各种平台，包括手机，电脑与其他传统媒体。同时传播的方式有多样性，转发非常方便。利用名人效应能够使事件的传播量呈几何级放大。

3、效果上---针对性强，利用后期维护及反馈

微博营销是投资少见效快的一种新型的网络营销模式，其营销方式和模式可以在短期内获得最大的收益。

4、手段使用上---多样化，人性化

从技术上，微博营销可以同时可以方便的利用文字，图片，视频等多种展现形式。从人性化角度上，企业品牌的微博本身就可以将自己拟人化，更具亲和力。

5、开放性

微博几乎是什么话题都可以进行探讨，而且没有什么拘束的，微博就是要最大化的开放给客户。

6、拉近距离

在微博上面，美国总统可以和平民点对点交谈，政府可以和民众一起探讨，明星可以和粉丝们互动，微博其实就是在拉近距离

7、传播速度快

微博最显著特征之一就是其传播迅速。一条微博在触发微博引爆点后短时间内互动性转发就可以抵达微博世界的每一个角落，达到短时间内最多的目击人数。

8、便捷性

微博只需要编写好140字以内的文案，微博小秘书会审查的。即可发布，从而节约了大量的时间和成本。

9 、高技术性，浏览页面佳

微博营销可以借助许多先进多媒体技术手段，从多维角度等展现形式对产品进行描述，从而使潜在消费者更形象直接的接受信息。

10、操作简单

信息发布便捷。一条微博，最多140个字，只需要简单的构思，就可以完成一条信息的发布。这点就要比博客要方便的多。毕竟构思一篇好博文，需要花费很多的时间与精力。

11、互动性强

能与粉丝即时沟通，及时获得用户反馈。

实战训练：

打开新浪微博，进入热门微博排行榜，浏览排行榜上的微博，观察并分析：

1.哪些类型的微博内容更容易被大量传播？

2.这些微博被大量转发的原因是什么？

3.分别选择几个不同类型的微博，点击进入博主的微博主页，观察博主的粉丝及微博转发、评论、点赞数据，分析该博主的粉丝及微博转发、评论、点赞数据，分析该博主运营好的原因有哪些？