

企业微博营销模式

除了课件中讲到的品牌及产品曝光、互动营销活动、在线客户服务、电子商务、微博硬广告、软性植入、舆情监测与危机公关等 7 种营销模式外，以下几种也是企业微博经常采用的营销模式。

一、故事营销

故事营销就是指在产品相对成熟的阶段，在品牌塑造时采用故事的形式注入情感，增加品牌的核心文化，并在产品营销的过程当中，通过释放品牌的核心情感能量，辅以产品的功能性及概念性需求，进而打动消费者的心灵，从而保持产品在稳定上升的过程中有爆发性的增长。而成功企业中的品牌联播与故事营销效应也有不少相同之处，但企业品牌联播效应更注重网络企业品牌推广，可把企业以故事的形式联播到互联网上，从而让企业做到故事营销。

二、情感营销

情感营销就是把消费者个人情感差异和需求作为企业品牌营销战略的核心，通过借助情感包装、情感促销、情感广告、情感口碑、情感设计等策略来实现企业的经营目标。在情感消费时代，消费者购买商品所看重的已不是商品数量的多少、质量好坏以及价钱的高低，而是为了一种感情上的满足，一种心理上的认同。情感营销从消费者的情感需要出发，唤起和激起消费者的情感需求，诱导消费者心灵上的共鸣，寓情感于营销之中，让有情的营销赢得无情的竞争。

三、事件营销

事件营销 (Event Marketing) 是企业通过策划、组织和利用具有新闻价值、社会影响

以及名人效应的人物或事件，吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注，以求提高企业或产品的知名度、美誉度，树立良好品牌形象，并最终促成产品或服务销售目的的手段和方式。

四、内容营销

内容营销是以图片、文字、动画等介质传达有关企业或产品的相关内容来吸引用户关注，给用户以信心，从而达到促进销售的一种营销方式。内容营销是源自分享，协助，给与客户答案的角度来向消费者传递信息，传统的营销方式更多的是通过打断用户思考，视觉，听觉来硬性传递产品信息。

五、活动营销

微博最善用免费、促销模式。免费的东西和促销活动，无疑对萌动的消费者来说有着重量级的杀伤力。而微博很大的一个特点就是可以迅速蔓延。

六、意见领袖

网络无权威，但是有意见领袖。他们在女性、互联网、美食等领域掌握这强大的话语权，时刻潜意识里影响着数以万计的围观群众，如果想让品牌、产品出乎意料的传播快，那么一定要镇定重要的意见领袖，并引导意见领袖去讨论、传播产品。

七、口碑营销

口碑营销是企业在调查市场需求的情况下，为消费者提供他们所需要的产品和服务，同时制定一定口碑推广计划，让消费者自动传播公司的产品和服务的良好评价，让人们通过口碑了解产品、树立品牌，最终达到企业销售产品和提供服务的目的。

口碑营销又称病毒式营销，其核心内容就是能“感染”目标受众的病毒体——事件。

吐司教育

吐司教育

吐司教育