



社会突发事件 企业号内容营销指导

全国营销中心内容营销
内容案例请打开抖音扫码观看

新冠肺炎疫情发生以来，牵动着亿万人心，也为企业经营尤其是中小企业带来了巨大的困难和压力。疫情期间，企业该如何应对？特殊情况下企业号内容的边界该如何拿捏？为帮助中小企业共度难关？

本课题将就抖音平台企业号的内容生产和内容运营，给出一些应对的建议和指导，助力大家共同打赢这场“战疫”！

通用原则：社会突发事件企业如何跟进

事件分析：以疫情为例的分析

运营指导：抖音企业号发布什么内容

社会突发事件，企业为什么要及时反应？

突发事件会在社会化媒体上形成巨大的传播爆发力和影响力，会得到社会高度关注，越重大的突发事件，企业越需要及时反映，而且正确的应对，将会为企业带来以下收益：

- 1.树立企业良好的社会责任形象，增强用户认可度
- 2.提升品牌形象、增强品牌影响力

短期应对突发事件以及长期持续应对突发事件，应对正确给企业带来的影响也不同

短期

提升品牌资产

》

促进销售转化

长期

丰富品牌形象

》

提升用户好感度

》

引发传播

》

增强品牌曝光

》

建立口碑

跟进前，先做个自我评估

根据五个维度，判断企业是否对事件进行跟进

匹配度

突发事件与企业调性、企业用户、企业产品的适配度

话题性

企业跟进事件是否会引发用户互动

影响范围

是否会在网络、社会形成强影响力

负面风险

跟进事件是否会有负面可能

热点时效

跟进事件的执行时间是否充裕

事件跟进的通用原则

明确自身

1

社会责任感是第一位的。一切跟进动作，都需要从凸显企业责任感出发，而非营销。

理解用户

2

内容生产需以用户需求为原点出发，而不是企业需求。突发事件关注度越高，用户心理就越敏感，越需要顺应需求而动。

了解平台

3

了解抖音平台相应的内容审核规则，避免踩红线，尽量发布符合平台价值观维度的视频

运营互动

4

视频上传不是终点，只是开始，运营动作需要及时跟上，与网友进行及时性互动，既有利于内容扩散，也有利于及时发现舆论问题并且纠偏

通用原则：社会突发事件企业如何跟进

事件分析：以疫情为例的分析

运营指导：抖音企业号发布什么内容

疫情事件跟进评估

匹配度

行业是否和疫情直接相关，或者与抗击疫情本身相关度高低

话题性

企业跟进事件是否会引发用户互动

影响范围

内容得当，是否会在网络、社会形成强影响力

负面风险

如果营销方式方法不当，会演变为消费灾难性事件，企业产生自我价值但是没有给社会、公众带来价值，可能引发用户强烈反感，形成企业危机

热点时效

受疫情影响近期都将成为全国关注的热点话题

疑问

- 如何才能正确、及时地反应？
- 直接利益相关企业应该如何跟进？
- 没有直接利益相关的企业是不是不应当发声，占用传播资源？

结论

- 任何企业都有权利表达自己的社会责任感使命感，传递自己积极正确的价值观；
- 要根据自己企业账号与疫情的相关程度，有针对性地进行内容发布。

内容跟进：明确用户心路历程



大家的注意力在哪

- 疫情什么时候结束？
- 对我的生活是不是有影响，刚需品我买的到吗？
日常用品供给及时吗？能不能正常工作、上学、生活？

结论：用户此时的情绪比较复杂，因此内容尤其要谨慎

内容跟进：根据心路历程确定内容

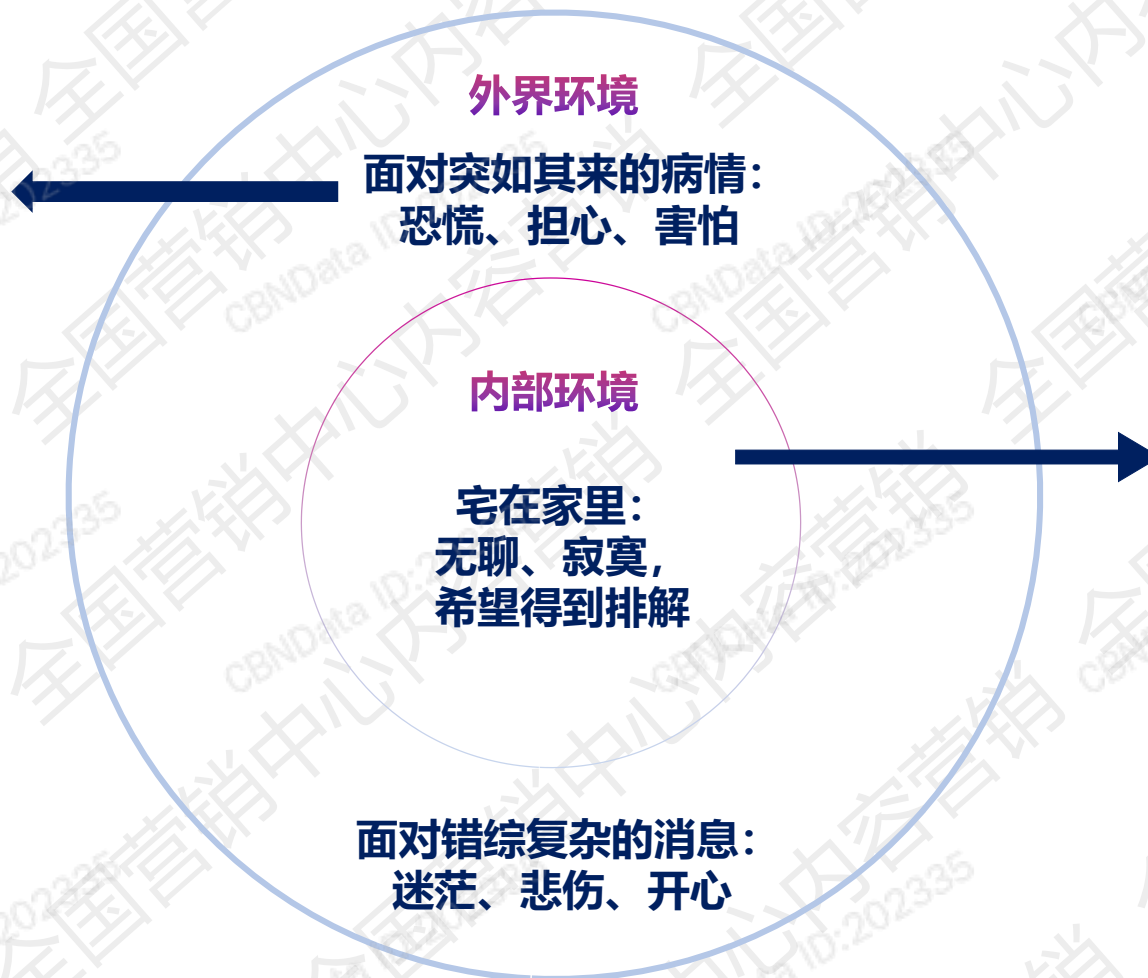
面对用户对于疫情的负面心理，以及面对错综复杂消息的情感起伏

针对疫情：

提供力所能及的帮助和扶持，对未来保持乐观期许

针对消息：

一手时间发布准确消息，不过度解读、传播相关信息，引起用户恐慌



遵循用户面对社会突发事件时的心理逻辑，比如大部分用户宅在家比较无聊，企业可以想办法缓解这一情绪

从正面入手，制作正能量内容行动上：

指导用户积极生活，忌传播未经证实的信息

情感上：

传递积极乐观的理念，忌悲情式传播

内容跟进：了解平台不倡导的内容

?

视频质量差

无内容、视频模糊、产品bug、静帧视频、视频拉伸，破坏景物正常比例、3s及3s以下的视频不推荐。

?

搬运类视频

视频中ID与上传者ID不一致、帐号状态标签为搬运号、明显截取的PGC内容、录屏视频、视频中出现其他平台水印的视频。

?

调性极不符

视频内容低俗含有软色情、视频内容引人不适、视频内容无意义、视频内容不符合本平台的调性，视频非正向加直观。

?

隐性高风险

视频或文案中出现广告、出现欺诈内容、标题党、医疗养生类、出现与金融相关的产品介绍、宣扬宗教信仰。

内容跟进：需要避免的内容

- **趁机售卖产品打广告：**有内容规划的企业可以发布正常运营内容，同时减少和疫情事件挂钩
- **盲目传递相关/虚假信息：**事件爆发期社交媒体上相关信息较多，容易引起信息疲劳；同时不确定或者虚假信息可能引起用户恐慌
- **隐性风险高：**随意解读疫情进展以及政府政策，传播不实或者未确定信息
- **调性不相符：**视频内容引人不适，视频内容不符合本平台调性，视频非正向价值观，如唱衰疫情防控工作、借疫情发泄不满情绪等
- **避免过度娱乐化**

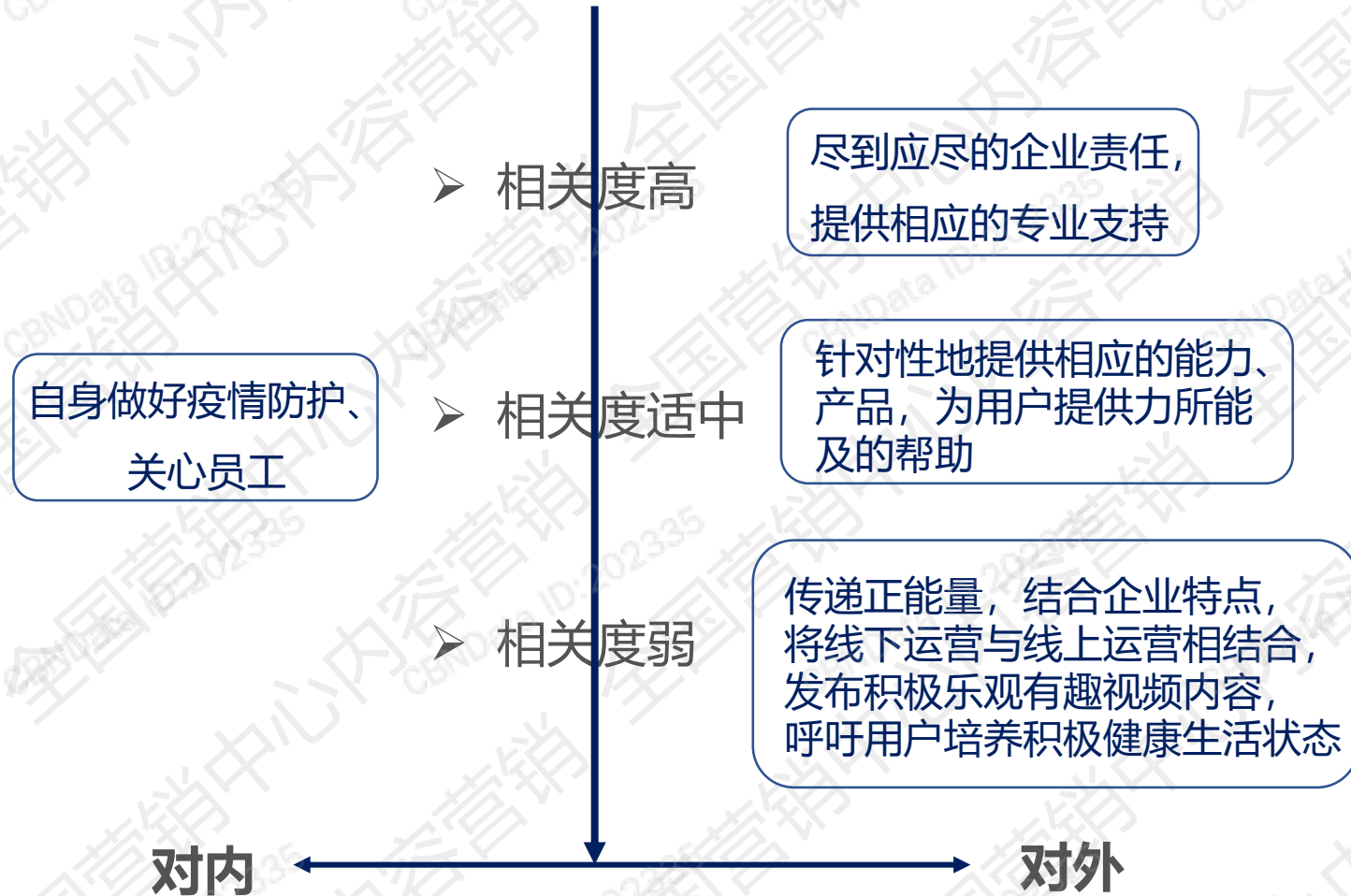
通用原则：社会突发事件企业如何跟进

事件分析：以疫情为例的分析

运营指导：抖音企业号发布什么内容

按照企业抗疫相关度

搭配运营手段



大原则：
对外和对内的企业社会责任感，
切实解决用户问题

- **文案：**尽量正能量，涵盖相关字段
- **内容纠偏：**发现舆论问题，及时纠偏
- **用户互动：**及时互动评论内容；转发事件相关信息
- **联合营销互动：**和其他企业互动，共同应对突发事件

1. 相关度高-专业支持

健康类



具体视频
打开抖音
扫码观看



针对情况给出专业意见，比如开设疫情频道、专题、咨询等，通过专业的医疗知识给用户专业的建议，解决用户的问题

比如左边案例针对“口罩能不能重复使用”这个具体问题给出解答

媒体



具体视频
打开抖音
扫码观看



发布准确内容，提供及时报导和专人讲解进行权威发声，避免不真实消息传播引发恐慌比如左边案例，实时报导武汉火神山医院护士凌晨三点起来工作的现状，向关心本次事件的用户实时传递信息

1. 相关度高-专业支持

和突发事件有直接关联、对事件能够提供直接支持的企业，可以及时提供专业相关技能、物资等，体现社会责任感

制造业



具体视频
打开抖音
扫码观看



具体视频
打开抖音
扫码观看



比如口罩制造业，或者其他有能力生产相应物资的企业，可以体现对于紧急物资的提供能力和态度，发布相应的内容视频，彰显企业价值

案例一：你关心的口罩，新疆本地企业加紧制造中

案例二：“东莞制造”驰援武汉，东莞多家口罩场加班加点赶制口罩

1. 相关度高-能力支持

和突发事件有直接关联、对事件能够提供直接支持的企业，可以及时提供专业相关技能、物资等，体现社会责任感

物流、外卖

交通出行

抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



像物流、外卖、出行行业等受到突发事件影响较大，并且能够直接提供能力支持的，发布内容可以在体现社会责任感、企业专业能力的同时做到用户情绪安抚

案例一：武汉、黄冈等各大医院已收到运送的物资现状，让用户放心

案例二：返程车多，加油站加油你需要注意这几点！提供专业能力支持

案例三：抗疫期间私家车出行如何保障安全？提供专业能力支持

2. 相关度适中-提供帮助

和突发事件有直接关联、对事件能够提供直接支持的企业，可以及时提供专业相关技能、物资等，体现社会责任感

远程办公

教育

知识分享



具体视频
打开抖音
扫码观看



远程办公提供相应产品指南



具体视频
打开抖音
扫码观看



在线教育提供相应
网上免费直播课程



具体视频
打开抖音
扫码观看



事件相关任务、事件
信息类知识总结传递，
如解读钟南山院士
重点的研究项目



具体视频
打开抖音
扫码观看



IP形象呼吁用户
保护野生动物
#拒绝野味

2. 相关度适中-倡导健康生活方式，宅也莫忘充电

适用于所有行业企业号，针对自己产品的特性，提供教程、知识类的内容；同时将自己线下的产品特点转移到线上进行展示，为后期事件结束企业正常运营打好基础



具体视频
打开抖音
扫码观看



武汉肺炎读读这些书，
保护好自己就是保护好大家



具体视频
打开抖音
扫码观看



开工注意防护的同时，
日常英语学习不能断



具体视频
打开抖音
扫码观看



春节在家没事做，
教你奶油调色吧



具体视频
打开抖音
扫码观看



在家抗疫情，多学些美食，
提高免疫力

2. 相关度适中-倡导健康生活方式，宅也莫忘充电

倡导健康的生活方式，呼吁“宅”在家的用户及时充电，任何行业的企业都可以产生相应的内容，适用但不仅限于以下行业、内容思路

- 教育行业：内容课程、书单
- 餐饮行业：美食制作、营养搭配
- 服装配饰：穿搭指南
- 出行行业：出行指南，风险规避
- 美妆护理：妆容、护肤教程
- 健身行业：在家锻炼教程



比如服装穿搭，可以进行早春服装搭配教程，等疫情过去让用户自由穿搭，任性出门

具体视频
打开抖音
扫码观看



3. 相关度弱-公益捐助

和突发事件无直接关联，在已经完成自身企业责任的前提下，有能力提供支持和帮助的，可以适当做公益内容，捐赠相应的资金、物资，体现企业的社会责任感。但是不建议过度渲染和宣传

物资支持

公益活动物资支持

抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



3. 相关度弱-传递正能量

和突发事件无直接关联，但是不具备提供公益支持的企业，可以为用户提供情感帮助，传递正能量内容，树立正向企业形象

抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



抖音 记录美好生活



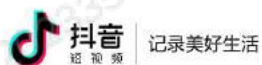
具体视频
打开抖音
扫码观看



案例一：致普通人#放弃过年，一家三口坚守在各自岗位服务更多人。还有无数个这样的家庭在付出，致敬这些善良的普通人！
案例二：联动明星加油打气，#战疫MV第二篇，传递更多寄语、爱与力量 众志成城 #
案例三：为武汉加油！

3. 相关度弱：表达对未来美好期许

通过音乐、短剧等形式传递积极乐观内容，使用但不限于音乐、乐器等行业



具体视频
打开抖音
扫码观看



用动听积极的音乐传递
正能量，#2020，众志成
城 不负韶华 #世间美
好与你环环相扣#



具体视频
打开抖音
扫码观看



给用户美好的期许，未
来一定会更好，#等疫
情过了，咱们大唱三天
三夜吧，你看看这个
BGM怎么样#

3. 相关度弱：内容创新，排解生活无趣感

洞察不同人群在春节期间的心理特征，发挥创造力拍摄一些小段子，排解负面情绪和无趣感，适用但不仅限于游戏、音乐、娱乐行业



具体视频
打开抖音
扫码观看



#如果不是这次疫情，你有多久没跟家人吃顿饭了#回归生活本质，好好珍惜身边人



具体视频
打开抖音
扫码观看



给你一台手机还有wifi你能在家呆多久？没想到这个问题居然真的发生了，形象生动刻画大家在家的心路历程



具体视频
打开抖音
扫码观看



游戏类：#我妈已经三天没有打我了！#
游戏结合过年现实场景，让人会心一笑

3. 相关度弱：对外发起线上活动

线上活动发起，倡导宅在家积极乐观的生活方式和作息，所有企业针对自己的产品特点都可以对用户发起打卡、征集、小任务等活动



具体视频
打开抖音
扫码观看



具体视频
打开抖音
扫码观看



可以通过发起线上活动，引导用户在不外出的情况家积极参与，
#春节宅家无聊，用手机拍出爱笑的你，不管遇到什么事情都要乐观面对，一起来康康吧#

4.对内尽到企业责任，体现员工关怀

抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



抖音 记录美好生活



具体视频
打开抖音
扫码观看



在真诚的前提下，体现企业应尽的社会责任感，如员工关怀者物资关照等，避免过度渲染和作秀

案例一：真心关爱员工，愿意在疫情期间为员工补发工资

案例二：给一线工作人员提供热乎乎的一碗面，切实提供帮助

提醒：

针对本次突发事件

在此仅提供了内容、运营方面的方向和角度

更多帮助性的相关举措

欢迎关注“中小企业护航计划”



THANKS