**“飞看微博”推广初步规划**

1. **定位和目标**
2. **“飞看微博”定位：**快速宣传公司新闻、产品、文化等信息的互动交流平台，对外提供一定的客户服务、技术支持反馈，形成公司对外信息发布的一个重要途径。
3. **核心受众：**  引“全球大概每六台左右机顶盒就有一台同洲制造”的说法，“飞看微博”建立初期应集中大范围的影视爱好者、公司所有员工范围的关注。后期战略，有可能是主要覆盖一、二线城市，18～35岁，高学历的主流消费人群，迎合一线品牌广告主的营销需求。

**解析：**以优酷为例，目前优酷月度覆盖的不重复用户达3.2亿，日视频播放量为2.8亿（2012年4月数据），其用户主要覆盖一、二线城市18～35岁、高学历的主流消费人群，而用户覆盖区域集中在二、三、四线城市，年龄层分布偏向低龄和高龄，非一线品牌营销要营销的的网站，其营销价值则在品牌营销中逐渐失去竞争力。

1. **微博建设规划**
2. 联系微博平台业务员，将飞看微博的帐号添加到“公司机构”等栏目，通过实名身份认证——微博运营
3. 官博首页背景设计——平面设计
4. 官博头像设计——平面设计
5. 飞看官方介绍——市场部or **?**
6. 飞BOX客服电话及在线回复用户设置：市场部or客服部**？**
7. **内容建设及日常运营**
8. **微博内容特色：**内容实时性强、个性色彩浓厚、交互便捷等。主要包含**发布**和**交流**两部分。
9. **日常运营**
10. **微博发布频率：**每天**10**条左右。（结合微博的内容特色，控制发布频率能有效行程良好的营销传播模式）
11. **建议发布时间：**10:00 （1条）/12:00（3条）/14:00（2条）/15:00（1条）/17:30（3条）
12. **内容包含：**
    * + 1. 每日最热/最新影视推荐、新专题上架（4~5条/天）。
        2. 新品发布、版本更新、新增应用、公司新闻等（2~3条/天）
        3. 产品相关新闻/热点新闻事件/趣闻/哲理/励志等（1~2条/天）
13. **与粉丝互动交流：微博运营人员/客服/售前/技术人员，**礼貌、及时回答用户/粉丝的问题，良好互动，维护公司品牌形象。
14. **发布/更新方式：**放弃自动发布，尽量手动选择活泼、与企业相关的话题进行更新。
15. **微博推广方式**
16. **有奖活动：可在短期内获得一定用户。**
17. 如**：**贺飞看上市送飞BOX，限时限量100台、发布会等。
18. 日常维护、加粉的系列话题策划，如：父亲节“爸爸爱电影——你看电影 我买单”、春节“聚福聚福 全家看电视”拍下此刻与家人一起看的电视节目照片，发布带话题微博，赢“飞看”新年大礼等等。
19. **特价或打折信息：**提供限时内的打折活动，如定时发布一些限时优惠码。
20. **广告宣传：**在一些门户类网站、Google Adwords、百度推广等平台发布官方微博的广告，增加普通网民的关注度。
21. **邀请：**通过邮件或其他渠道，邀请同洲自己的客户、潜在用户注册，注册后将自动关注官方微博。（可选，但不推荐怕引起用户不满）
22. **公司内部宣传：**引导同洲员工开通微博并在上面交流信息，短时间内增加官方微博粉丝后，争取在微博平台的首页曝光（新浪微博有1800个订阅用户就可上首页的草根关注排行榜），可吸引更多用户订阅跟随。
23. **平台推广：**在官方论坛、官方微信发帖宣传；以用户身份在主流视频论坛发帖告知；
24. **草根大号转发：**电影工厂、电影集结号、最新电影推荐、最大娱乐家、全民爱综艺、实用小百科、我们都爱冷笑话等。

注：若觉得不够还可以加影视类Q群发群消息，不过这种方式有发一次消息后被踢出群的风险。

1. **微博运营建议**
2. **人工更新，保证质量：**推广初期，采用人工的更新方式保证每一条信息更新的质量，后期可采用自动将公司博客RSS同步更新的方式。
3. **重点推广的文章**：须填写详细的摘要，然后添加文章的短链接地址。
4. 请**客服人员**进行微博维护，对外回复一些产品技术问题，可以起到快速反应，即时解决的效果，提高顾客满意度。
5. 请**公司的售前顾问**进行微博维护，可解决一些潜在客户的疑问，努力把潜在客户发展成为付费用户。
6. **开辟官方论坛**供用户交流，专人维护和解答；
7. **制作专门页面**，介绍用户感兴趣的重点信息等，也是比较受消费者欢迎的交流方式。
8. **制定《更新微博规范》**：多人维护企业微博帐号，制定更新微博的规范，以防止更新一些不符合规范的信息到微博上，以便更好的对外体现公司文化和品牌维护。
9. **微博运营预算**（待定）
10. **微博年度推广计划**（待定）

**—— END ——**