如何运用新媒体打造品牌

文 | 李建

张小龙曾经说过：再小的个体都是品牌。

之前“品牌”是一个概念，但是在2016年发挥得淋淋尽致，从PaiPi酱火爆网络之后，相继出现了咪蒙、罗辑思维、十点读书、老家山西、马蜂窝、医联，随后直播疯狂了起来，各种类型的主播通宵达旦。

个人和企业IP越来越重要，无论你走到什么地方，你都是自己形象的代言人，都是一个品牌。

首先得明白什么是新媒体？有哪些新媒体平台？学习成功案例、如何打造自己？

新媒体

在互联网发展趋势中，新媒体是衍生出来的一个领域，在以前最流行的就是PC端，但是现在最流行的就是一部手机走天下。也就是随着移动互联网的发展，成就了今日头条这样的新媒体平台，新媒体能够更好地获得一手信息，不再像以前一样，还要通过电视或者报纸。新媒体能够让作者与读者之间的关系更加紧密，而不是单一地输出内容。

新媒体平台呈现出了移动化、社交化、视频化、精细化、数据化、轻量化等的特点，并且搭载了可穿戴设备，使得传播更加及时、有效，数据收集更加便捷、真实。

自媒体人

我认为就是对从事新媒体这一新兴行业的人员的称呼。

有哪些新媒体平台？

微博

新浪微博是最早的社交大平台，注册用户达到6亿，活跃用户2亿，具有互动强、传播快、成本低、覆盖广的优势，容易受到大V和忠实客户的关注。

在品牌营销中，杜蕾斯的营销策略堪称经典，杜蕾斯能巧妙的融合当下的热点，不把微博当成发布的平台，而是

一个实足的看官与调查者，并且加入了实时营销。例如，杜蕾斯在国足与韩国大战时，率先发起：“今亦球精，头頭事到”的探讨，引发了一干多人的留言探讨。

今日头条

有收益而且流量非常大，账号是从新手期开始的，只要坚持原创持续不断输出内容，转正开通原创之后，效果很OK。

微信公众平台

这是一个相对封闭的平台，写的文章只有关注自己的粉丝才能看到，没有

系统的自动推荐，但是作者与粉丝之间有一个很好的沟通连结，属于社交平台。

搜狐公众平台

流量大，最重要的是发布的文章瞬间就会被百度收录，这个比较适合做百度的排名技术。

Facebook

相信外贸做得好的客户，都在用Facebook。目前Facebook每天的活跃用户已经上涨至11.3亿人，这对于受众特点不明显且覆盖面极大的产品来说是再适合不过的平台。

用户登录Facebook的主要目的从来都不是为了达成购买意愿，在进行营销推广的时候，广告模式一定要尽可能自然不突兀，否则很容易会引起用户的反感。Facebook让每一个人都持有“思想鲜明的态度”。对于广告主来说，在推广过程中就可以有意识地体验出这种态度，提升用户对品牌的好感度。

LinkedIn

LinkedIn有3.8亿注册用户，是一个分享公司信息、行业新闻和市场活动的平台，你可以在这个平台接触到行业人士以及潜在客户。据统计，94%的北美B2B营销人员表示使用LinkedIn发布营销内容，是使用率最高的社交平台。如果用户能够保持每天更新内容、创造和加入LinkedIn的群组、逐步完善LinkedIn资料，相信可以在专业的领域引起客户的共鸣。

Twitter

Twitter上的活跃用户把自己归于“希望能影响别人”一类。事实上，73%的用户表示，他们的目标是在Twitter上积累更多的观众，而且对他们跟随的对象非常挑剔。如果你希望界定对你的网络品牌形象影响最大的人群，你需要了解你的Twitter粉丝。

Facebook Live

Facebook Live的用户可以在世界地图上搜索各地用户的实时直播内容，并且吸引了众多媒体平台的入驻，使其内容坚实而有吸引力。Facebook live采用大数据的分析方式统计直播数据，也成为媒体了解受众的重要方式。在直播完成后，媒体会收到一些统计数据，包括观看的人数、群体以及地域，在时间轴上会出现人数波形图。媒体可以分析直播人数的峰值和低谷，然后进行有针对性的改进，同时网友留下的评论和问题也成为分析的数据和资料。

Youtube

全球最大的影片分享网站，每天有逾5千万小时的影片，每周上传等同于17.6万部的影片。Youtube除了可以上传影片，亦已变成搜寻器，只要输入你想找的，几乎全部都有。

如何让你的媒体成为生活服务的一部分？

随着智能手机的不断发展和完善，移动化让媒体成为生活的一部分。媒体“生活服务”的核心得到市场认可。媒体通过了解消费者的需求、意图和偏好，实时进行内容的优化和调节，从而更有针对性、更具吸引力且更加实用的服务消费者。如今，消费者预期已不受行业限制，所有的自媒体都把服务客户，使其体验最佳为标准。

未来五年，传感器、云技术、互联智能设备和实时分析工具将联手带来新的互联智慧，使品牌和企业的能力获得革命性提升，从而为消费者提供有趣且日益不可或缺的数字服务。

“生活服务”非常复杂，而且能够不断学习和演进，仿佛富有生命一样。通过清除琐碎的任务，提供令人惊喜的服务，生活服务不仅会改变我们的生活方式，还会改善我们的生活方式。我们不仅唾手可得，而且我们日常生活的每一件事情都离不开它们，在此过程中，生活服务将本能地掌握我们的习惯、好恶，从而适应我们不断变化的个性化需求。因此，这种数字服务能感知场境，并对外部环境或我们的行为模式做出实时反应，从而为我们带来曾经不敢想象的引人入胜的体验。

例如，微信公众平台：汽车知识攻略，将公众号融入关于汽车的生活服务，几乎涵盖了生活中需要的每一个角落。并且建立了社群，让喜欢汽车或有需求