

PMCamp Analysis 易观
实时分析驱动用户资产成长

2017 PMCon 产品经理千人峰会

产品社会化营销的悟需变法

主讲人：刘镇伟 (Doerliu)



RTX : doerliu

网名 : 刘干多

爱好 : 音乐 , 美食 , 旅游 , 电影

工作经历 :

- 互联网运营11年, 腾讯QQ空间商业化负责人
- 曾担任过扫黄打非号称腾讯首批鉴黄师, 负责过404、
- 老有所衣等经典公益项目, 同时主导过QQ空间独家首发
- 红米跨界营销、QQ空间和可口可乐联合运营等社会化营销事件

过尽千帆再回望

营销不外乎“悟、需、变、法”四字

AGENDA

Part 1 案例分享 Cases Sharing

社会化营销案例Top3

Part 2 方法提炼 Methodology

一夜疯传的事件营销秘诀在哪里？

PART 1 社会化营销案例Top3

QQ空间合作独特的产品特性，吸引多行业百家品牌合作

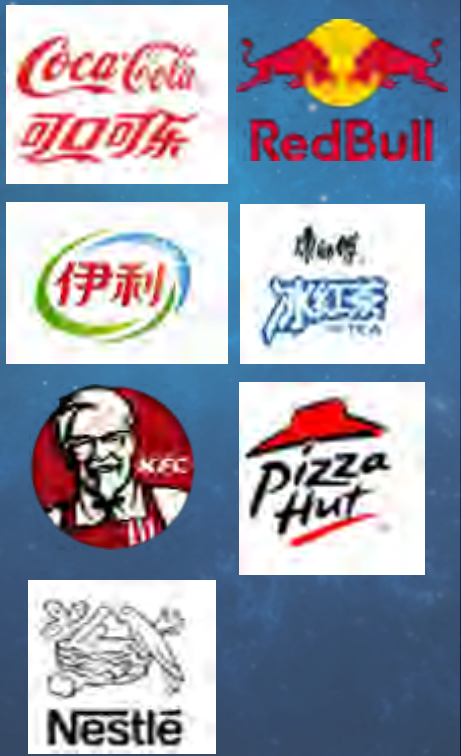
3C数码



美妆



快消行业



汽车



游戏



社会化营销 案例一

QQ空间独家首发红米手机

红米首发三宗“最”

QQ空间首发红米手机
1分30秒 10万台全部售罄

史上最疯狂预约
745万人
预约红米手机首发开放购买

红米手机
799元四核
8月12日12点
QQ空间独家首发

QQ空间 小米
<http://t.qq.com/77zevix>

高精度、以小博大

大家看

- 史上最疯狂首发

小米看

- 历次首发最超预期

行业看

- QQ空间是份被低估的宝藏

成果展示：打造QQ空间首发模式

需求分析

小米需要渠道下沉
QQ空间展现新的运营价值



解决方案

制造传播话题
用户自然滚动
引爆声量效应



成果展示：打造QQ空间首发模式

首创【预热→预约→倒计时→发售】的活动模式

配合不同用户的针对性运营手段，将饥饿营销运用到极致



营销效果

90秒售罄10万台红米手机

预约用户**745万**

小米认证空间增长**1000万**粉丝

传播覆盖**6亿**用户，百度指数一周上涨1037%

社会化营销 案例二

QQ空间 & 可口可乐 #此刻是金#整合营销

“社交+大数据” 引爆奥运营销

技术热点
大数据

品牌理念
重定义



向**6.5亿** QQ空间用户传递 **#此刻是金#** 的含义

TASTE THE FEELING®

营销策略：让每个人开启你的#此刻是金#

社交 + 视频 + 产品 360度引爆

6.5亿用户11年UGC沉淀

大数据精准挖掘

超级营销效果



1亿+

33%

★大伟 我兄弟没得说~

★王哥 来战个痛快!

触动
用户情怀

1亿
播放量

引爆
社交传播

这些金色瞬间
不只属于奋斗者一人
也属于背后默默支持的家人朋友爱人和老师
正因有了他们的支持和陪伴
才成就了一个又一个的金色瞬间

我的朋友
My friends

社会化营销 案例三

QQ空间公益 老有所衣·暖乡行动

事件视频回顾 播放视频

全新的社会化事件策划方式，为【公益+互联网】找到了全新契合点

QQ空间 分享生活 留住感动

老有所衣 暖乡行动

—— 我们和你一起 温暖家乡一点点 ——

2013年冬，中国空巢老人的数量已超过1亿。
少买一件衣服，少吃一包零食，节省下的钱就能让他们度过一个温暖的冬天。
让我们行动起来，为家乡的老人传递温暖。老有所衣，没你不行！

目前已传递 **11241896** 次温暖



一维静默公益泛平台到多维有驱动力有影响力的公益聚合体

个人影响力
排名

明星带队
做公益

以地域为维度
比拼



- 1、在捐款数据上，**12小时突破50W元、100小时突破100W**
- 2、在腾讯平台影响力上，通过此次事件策划到传播。从预热到正式捐款期间**10天**。传递温暖次数突破**1000W**
- 3、在口碑传播上有**何炅、海涛、吴昕、黄晓明**等明星、**人民网**以及**腾讯十个地方站**等都在持续报道

呼朋引伴做公益 温暖家乡一点点

PART 2 一夜疯传的事件营销秘诀在哪里？



热点之所以成为“热”点

——具备偶然性

但偶然性背后

并非没有“有迹可循的规律”

An illustration of an iceberg floating in the ocean. The visible tip of the iceberg is on the left side of the frame, while the much larger, submerged part of the iceberg extends across the bottom and right side of the frame. The sky is a clear, light blue with some wispy clouds. The ocean is a deep blue. The overall scene is used as a metaphor for the concept of 'going beyond the surface' to find the truth.

去伪求真

找到用户的真实诉求，提出真正有效的解决方法

从众性社会化行为

社交货币

实用信息

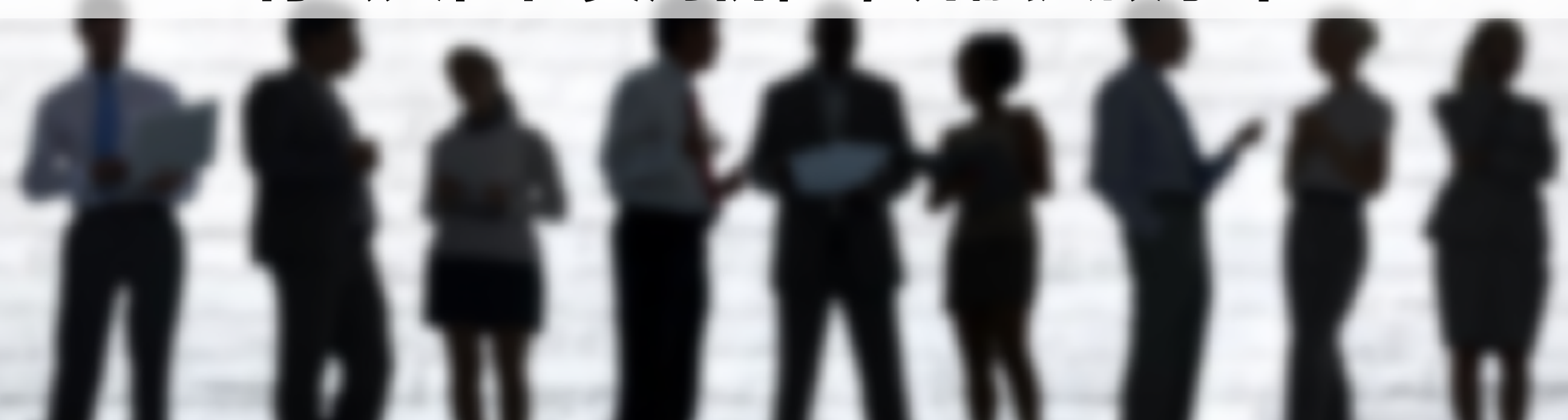
自然情绪

故事作用

联想诱因



**产品和思想需要包含社交货币，容易被激活，能够激发情绪
有公共性和实用价值，并融入故事中**



PMCamp Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

感谢聆听

「产品社会化营销的悟需变法」