

自媒通



- ◆ 所属类型：工具
- ◆ 开发时间：2017.06
- ◆ 参选类别：年度最佳移动营销服务工具

平台解决自媒体资源购买存在的困扰，以自媒质量为核心，优质服务为主导，为广告主提供与高质量博主合作的资源营销平台。平台拥有海量优质自媒体资源，覆盖20+行业领域，拥有20000+优质资源以及超过500,000,000+粉丝覆盖量。平台优势：1.杜绝水号，开拓社媒优质资源，合作形式多元化；2.精准覆盖，纵向挖掘各行业领域，聚集行业精英；3.操作便捷，细化筛选机制，五步完成下单流程；4.成单率高，7×12小时贴心服务，打破沟通壁垒；5.效率跟踪，投放效果实时监控，实现账号优化更迭。

广告主 自媒体

请输入用户名 / 手机号

请输入密码

请输入验证码 

登录

记住我 [忘记密码?](#) [注册广告主](#)

注册

请输入账号名称

账号搜索

搜索

1
选择推广账号

2
填写推广需求

3
确认, 等待执行

简单三步
开始使用

以“中小型广告代理公司、二三线城市品牌方”为主，同时也为一线城市甲方与有自媒体传播需求的代理公司服务。

- 代表案例1-2个
- 借用实操性示例，凸显产品优势。可插入相关图片和效果数据，以及来自广告主、业界专家、媒体、受众的反馈与评价。

“非油炸、健康美味的薯片”近年来出现在受众视野中，其中，最知名的品牌当属薯愿。在都市快节奏生活压力下，人们对于食物的健康需求越发强烈，而薯愿在满足人们对休闲零食的全部要求时，增加了“美味却非油炸”的独特卖点，一跃成为休闲零食领域的明星产品。近期，薯愿新品“悦波和牛铁板烧味”重磅上市，急需打响网络声量，为新品提升市场份额；并锁定品牌受众更易接受的形式，制定一系列传播方案，带来了意想不到的传播效果。



IP联合·撬动粉丝经济

与IP联动打响品牌声量，这一波营销行为起点已经很高。首先，优质IP积累的粉丝好感，加之品牌产品积累的好口碑，双重覆盖目标人群。同时，将品牌产品带入IP的特殊语境之中，无缝连接IP与品牌的粉丝，在加深关联度的同时，充分挖掘双方粉丝的购买力。

在本次案例中，就**通过自媒通平台**促成了薯愿悦波与“星座不求人”IP的合作，定制漫画《十二星座如何度过国庆假期？》。根据推广排期，锁定“超长十一黄金周”的大热点，将“星座不求人”十二星座IP形象过国庆与薯愿悦波结合在一起，漫画中，多次薯愿新品的露出，以及文案标注等形式，为品牌新品推广充分带量。萌萌哒卡通形象，也更加符合薯愿悦波的目标群体（90后女性群体）的喜好。**微信发文阅读量超10万+，超预期完成传播目标，并在一定程度上提升了薯愿悦波的受众好感度。**



香喷喷的小烤鸡

9月27日 20:00 来自 微博 weibo.com

业界良心，吃过薯愿悦波和牛铁板烧么？口感酥脆、肉香浓郁，追剧的时候可以安心吃二十筒，因为悦波依旧非油炸，怎么吃都不会变小胖墩！评论里选十位爱吃薯片的叔叔和阿姨，每人送一整箱薯片~来吧！

收藏 | 2587 | 8982 | 7166

大胃王密子君

9月29日 18:13 来自 微博 weibo.com

谁说只有做人难？做薯片也很难！做一个有波的薯片更难！ 大胃王密子君的秒拍视频

你焦虑吗 那就发泄吧

437万次播放 04:55

收藏 | 10917 | 8060 | 21534