**Marketing Brief**

市场中心任务说明

Program/项目名称：成山品牌社交媒体年度运营

From/需求负责人: 蒲爽

|  |
| --- |
| **项目背景**成山品牌经过自媒体运营，目前快手粉丝数11.9万人；微信公众号粉丝数14万人；微博粉丝数4.9万人。现阶段需要进一步增加品牌露出和宣传，需要继续利用微信公众号、视频号、微博、快手渠道，在社交媒体端加强品牌曝光，通过兴趣内容的特色栏目巩固成山品牌形象。 |
| **项目目标**1、通过成山品牌各官方社交帐号，输出优质内容及活动策划等，强化成山官方自媒体账号人设定位，更高效地与目标用户沟通2、有效累积潜在目标用户及相关留资，为转化蓄力。 |
| **目标受众** TBR：男性青壮年（29-44岁）、农村户口占79.1%、中小学学历PCR：小镇青年、生活安稳壮年男性（平均年龄30.9岁）、城市T3-T5、平均车价17.8万、本科学历居多 |
| **交付物**1. 成山公众号、视频号、微博、快手运营策略及内容方案、四个平台日常运营（含全年文案、设计执行）

**要求**1、2024年9月1日-2025年8月31日：运营策略方案需针对成山微信公众号、视频号、微博、快手四个不同平台提供相应策略及内容计划。2、另需要考虑目标受众及内容分配。  |
| **项目支持**1. 成山官方自媒体账号链接
2. 成山品牌&产品介绍
3. 成山官方自媒体平台定位角色
4. 公众号定位角色：品牌内容、产品教育、品牌新闻；
5. 视频号定位角色：品牌内容、产品教育、品牌新闻；
6. 微博定位角色：品牌新闻、产品教育、粉丝互动；
7. 快手定位角色：品牌内容、品牌新闻、粉丝互动、特色栏目；
 |
| **时间点**8.14 年度运营策略方案初稿汇报8.21 年度运营策略方案终稿交付9.10 完成合同签订 |