

微信视频号内容营销方法论

微播易—营销中台



CONTENTS



PART1. 微信视频号

- 视频号的概念和意义
- 视频号主要类型分布
- 视频号社交推荐机制

PART2. 玩法+案例

- 视频号玩法建议+案例
- 视频号优质账号推荐



微信视频号

- 视频号的概念和意义
- 视频号主要类型分布
- 视频号社交推荐机制

01

PART ONE

微信视频号的概念和意义

- 微信体系内，以视频内容为载体，以中短视频和直播形式为主，人人可记录和创作的平台。也是了解他人、了解世界的窗口。

3亿+

视频号DAU
截止至2021年1月



12亿+

微信用户 未来都将是
视频号的目标受众

3000万+
视频号总数

25分钟+

人均单日使用时间

24天+

人均月度使用天数

3亿+

视频号DAU



12亿+

微信累计月活跃账户数

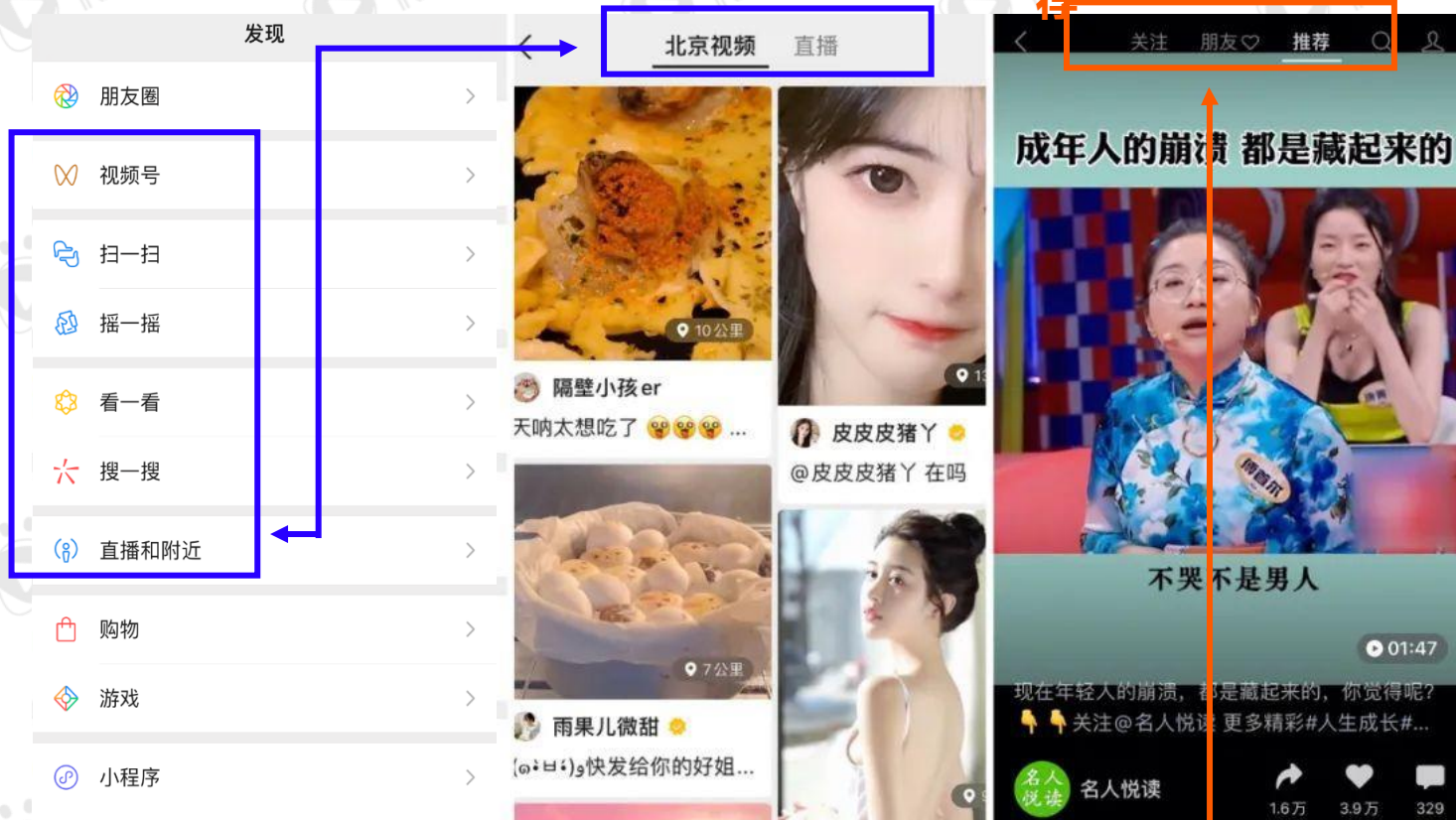


背靠微信庞大且稳固的用户基因

视频号除了黄金一级入口外，公私域端全面开放

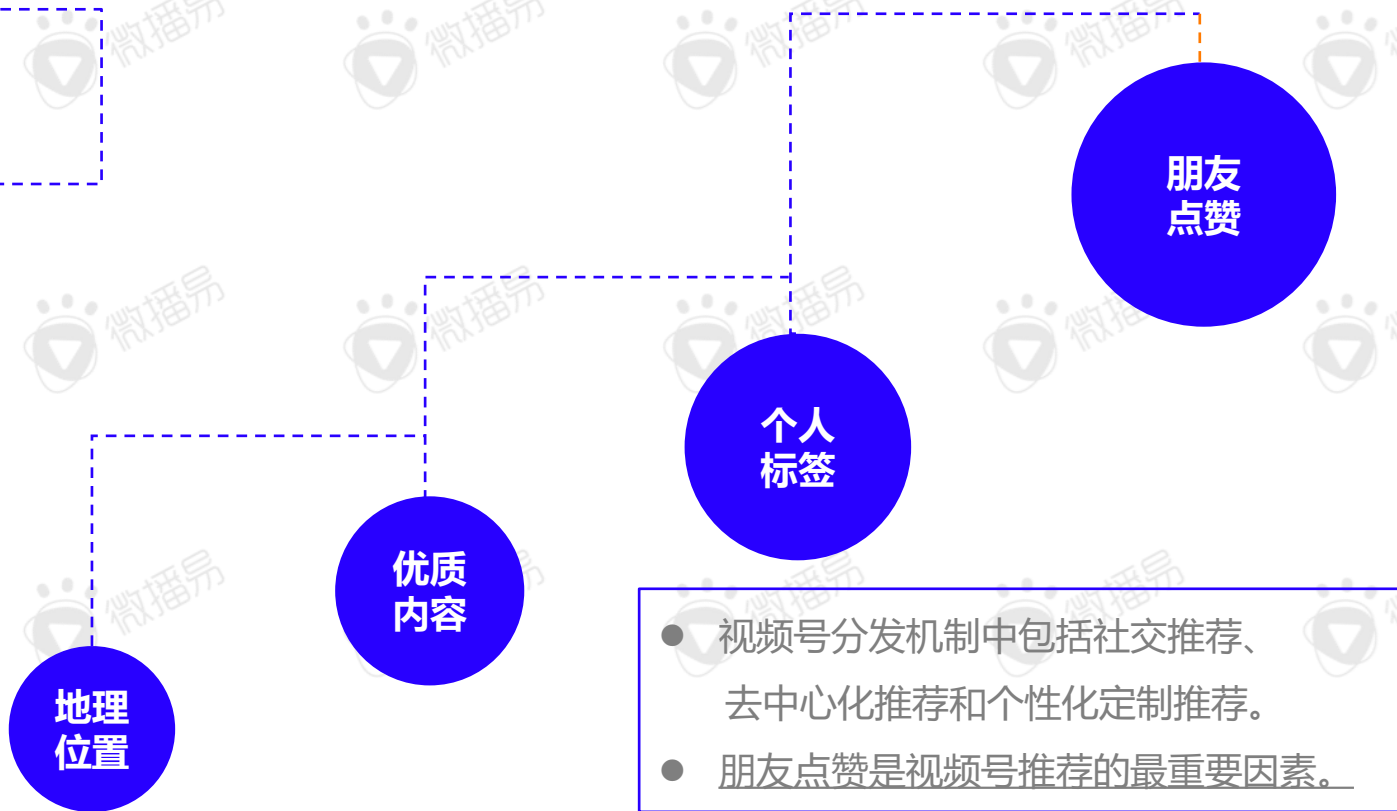
■ **公域流量入口：**除位于朋友圈下方的黄金一级入口外，推荐、搜一搜、#话题标签、看一看、公众号、附近的直播和人等都设置了视频号入口。

■ **私域端入口：**关注、朋友、推荐页、名片页、朋友圈、微信群、微信聊天对话框等均可一键进入。



视频号社交推荐机制打通了从熟人社交到陌生人社交

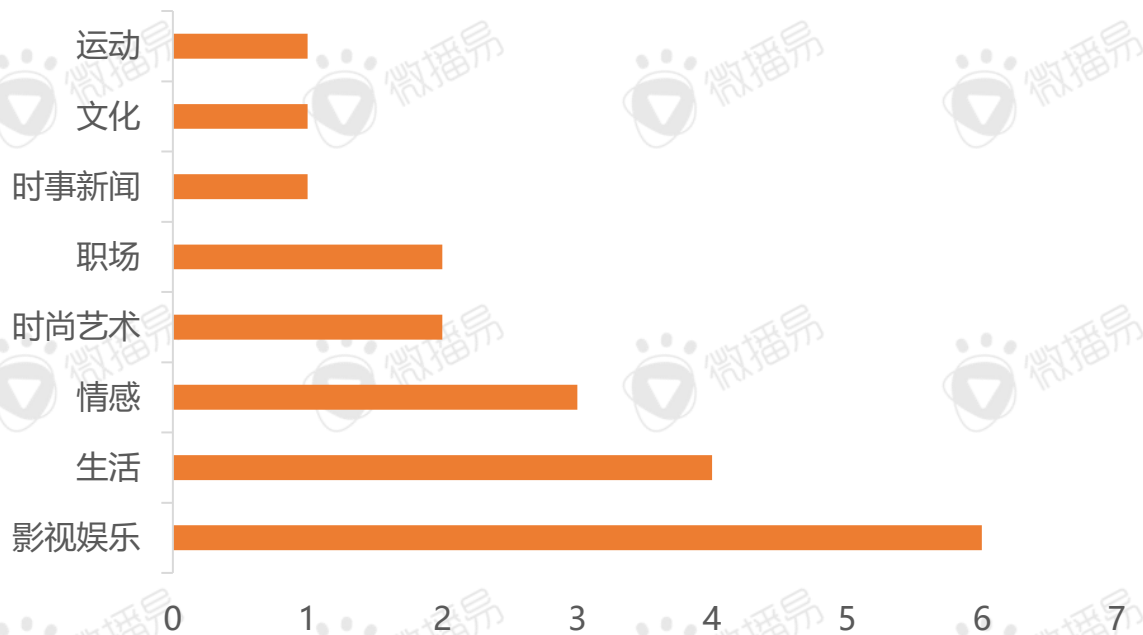
- 抖音与快手的流量分发以公域为主，视频号独特的社交分发机制以私域为主。



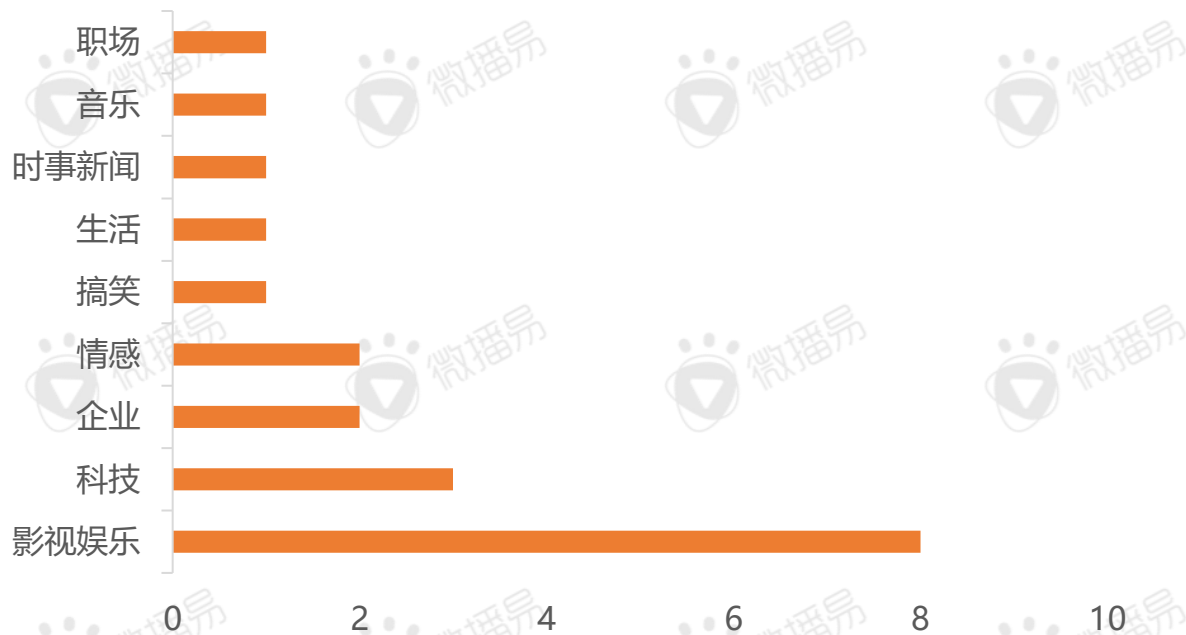
影视娱乐、生活、情感类型的视频号互动性最强

- 2020年度视频号TOP 20中用户最喜爱评论的类型分别是影视娱乐、生活、情感、时尚艺术、职场、时事新闻、文化和运动。其中影视娱乐类、生活类、情感类视频号互动性最强。
- 2020年度视频号TOP 20中用户最喜爱点赞的类型分别是影视娱乐、科技、企业、情感、搞笑、生活、时事新闻、音乐和职场。
- 综合比较影视娱乐类型评论及点赞指标明显领先，是互动性最强的内容类型。

2020视频号平均评论TOP 20内容类型分布

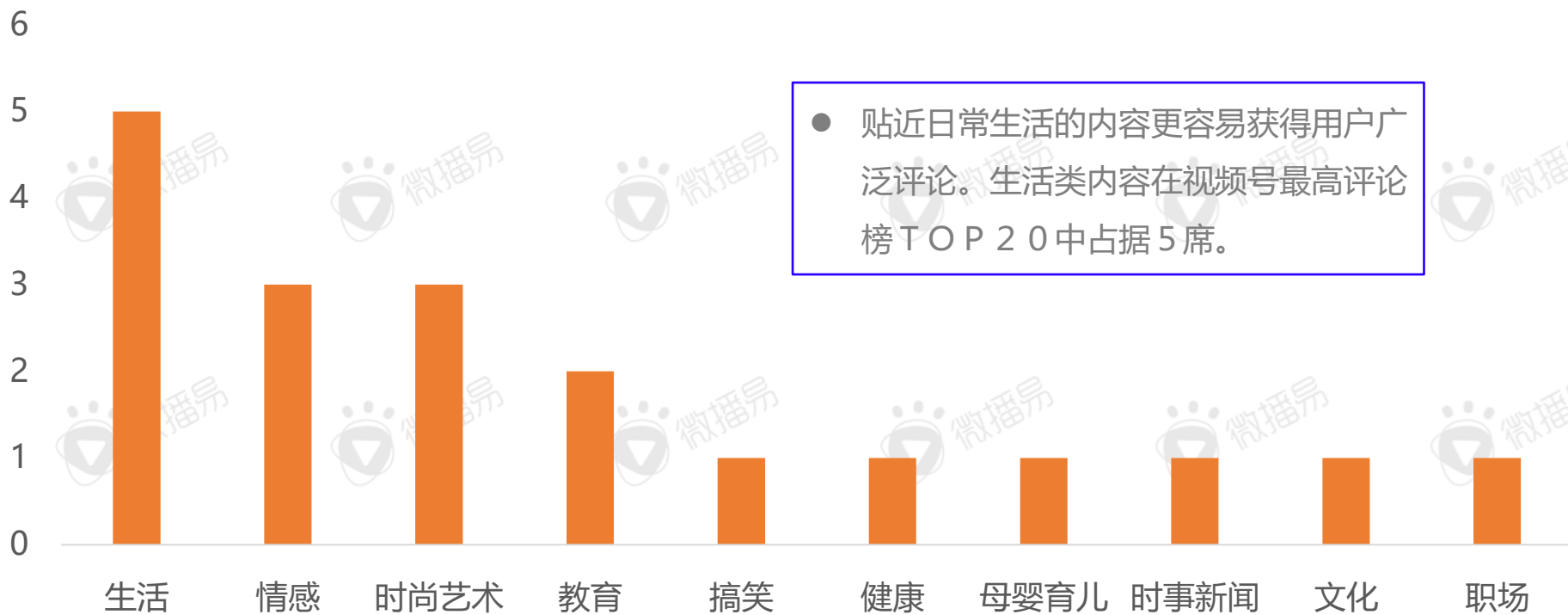


2020视频号平均点赞TOP 20内容类型分布



视频号的用户对生活化内容兴趣度高

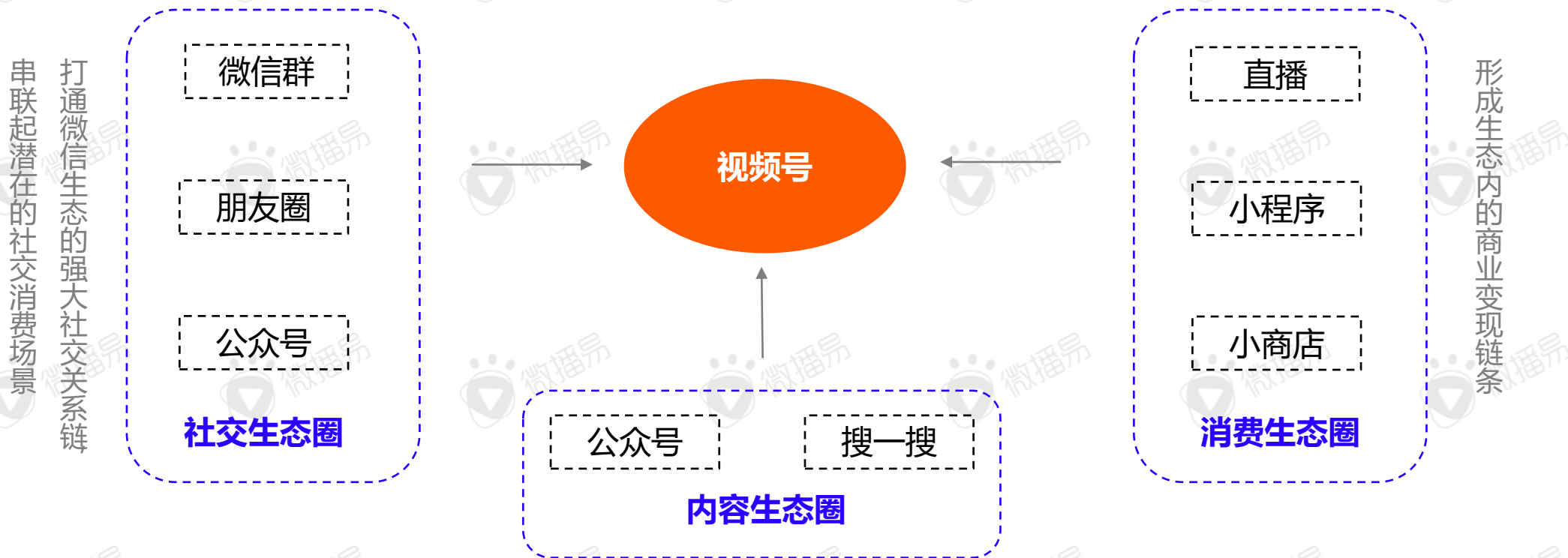
2020视频号最高评论TOP 20内容类型分布



● 贴近日常生活的内容更容易获得用户广泛评论。生活类内容在视频号最高评论榜TOP 20中占据5席。

视频号成为微信生态重要链接板块，打通三大生态

- 视频号成为微信生态重要链接板块，打通原本零散的公众号、朋友圈、小程序、小商店、直播、投放等产品矩阵，相互链接导流，以视频号为核心的微信生态形成了更强大的生态体系，为短视频营销带来新一波红利。



放开搜索流量入口，降低内容生产门槛，提高传播效果，获得更好的曝光

数据来源：视灯数据、阿拉丁研究院

视频号与抖音、快手两大平台的区别

			
Slogan	记录真实生活 每个人都是都是独立创作的个体	记录美好生活 对内容消费者友好	拥抱每一种生活 对内容创作者友好
用户规模	DAU3亿+	DAU峰值6亿	DAU峰值3亿
使用时长	约9.5小时/月	约33小时/月	约25小时/月
内容运营	运营未完全干预	重人工运营	早年淡化运营，今年加强运营
分发机制	1.去中心化，社交推荐+算法推荐 2.社交关系权重高 3.运营干预小 4.点赞率>评论率>转发率	1.内容质量权重高 2.社交关系权重低 3.运营干预相对大，重人工运营 4.点赞率>评论率>转发率	1.相对去中心化 2.社交关系更高权重 3.运营干预相对小，后期加强运营 4.评论率>转发率>点赞率
创作者生态	个人品牌IP从私域走向公域流量，粉丝分布相对均衡	对优质内容生产者友好，粉丝头部集中度高	粉丝和达人之间链接强，粉丝分布相对均衡
用户生态	朋友圈用户，地域分布均衡，被动接受内容推送。粉丝互动性适中，看到具备社交关系内容概率高，有利于优质内容分发。	一二线用户比例高，用户增速快，被动接受内容推送。粉丝互动性低，看到优质内容概率高，但不利于长尾内容分发。	下沉市场用户多，用户增速平稳，半主动选择观看内容。粉丝互动性高，看到中长尾内容概率高，消费交互体验相对欠佳。
商业化变现	适合私域流量变现，包括广告、直播带货等。	适合平台主导的变现方式，例如信息流广告。	适合达人主导的变现方式，例如直播打赏、直播带货。

视频号特点总结 & 内容营销机会点

用户基础

依托微信生态12亿用户，而微信处于国民通信的基础位置，不受地域限制，受众广泛。

生活内容

在账号的视频内容上，用户对娱乐化的账号和生活化的内容更感兴趣。

社交推荐

去中心化分发，社交推荐+算法推荐，对同质化内容的降权相对低。

生态链条

微信生态的社交-内容-消费完整链路，从公域向私域导流再到转化。

从一二线市场到下沉市场全面覆盖，粉丝分布相对均衡，**适合信息分发打通全域市场。**

视频号的**熟人社交环境和娱乐化生活化的内容令用户粘度高。**

看到具备社交关系的内容概率高，**有利于优质内容分发，高信息密度迅速造势。**

人群对熟人环境和内容的消费信任度高，**利于生态内直接转化。**

受众广

粘度高

引爆易

转化畅

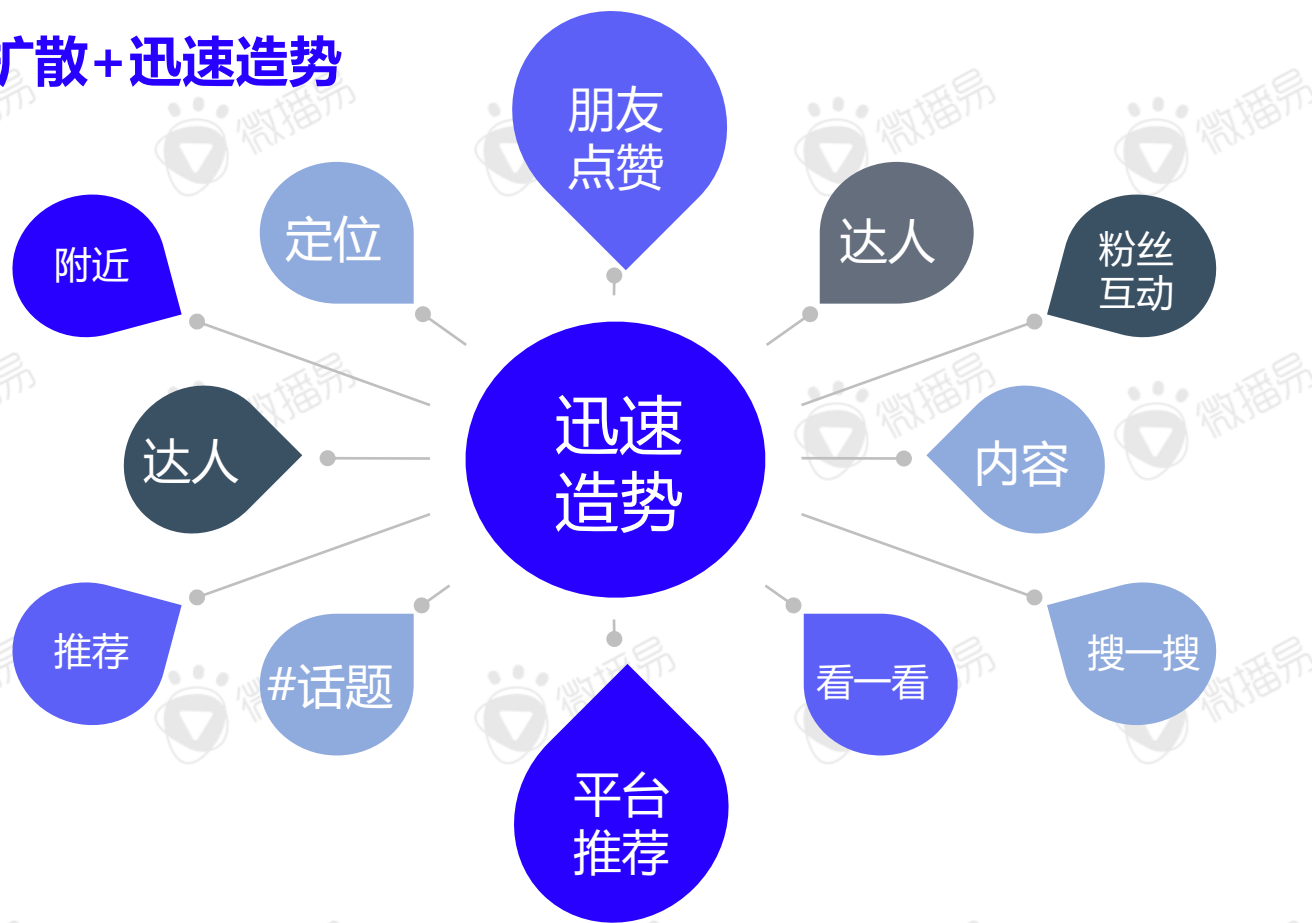
视频号玩法建议+案例

- 视频号玩法建议+案例
- 信息迅速覆盖玩法-资讯式分发
- 产品深度种草玩法-垂类达人原创
- 视频号账号推荐

02
PART TWO

信息迅速覆盖玩法1：资讯式分发，利用泛娱乐账号制造信息迅速发酵

适用场景：信息扩散+迅速造势



- 依托粉丝分布均衡全域市场覆盖和支持同质化内容平权触达的特点，视频号非常适合资讯式分发的玩法策略。
- 影视娱乐类型的视频号互动率最高，再传播能力强，有利于信息快速发酵造势，充分利用并强调这一优势。

信息迅速覆盖案例1：知名视频网站谈话类节目 资讯式分发

- 为某知名视频品牌出品谈话类节目，定制微信视频号分发矩阵传播方案。
- 结合节目特性，匹配14位娱乐资讯类达人，病毒式分发，触达潜在受众圈层。
- 结合节目内容及上线节奏，以明星+内容为素材，构建短期迅速触达矩阵。

娱乐资讯类达人病毒式分发

韩寒被质疑没接角？韩寒第一次回应：中年压力，说自己也会面临不得不接受的#2021有一说一 小晴晴：说的很对啊，感同身受 ☆收藏 转发	韩寒被质疑没接角？韩寒第一次回应：中年压力，说自己也会面临不得不接受的#2021有一说一 阳光明媚：少喝酒有益 ☆收藏 转发	粉丝说爱看韩寒20年前在央视和人“喷”？中年韩寒回呛：敢不敢现在快乐：人与人之间不要攀比。 ☆收藏 转发	粉丝说爱看韩寒20年前在央视和人“喷”？中年韩寒回呛：敢不敢现在咱好：视频很精彩，还有吗 ☆收藏 转发	粉丝说爱看韩寒20年前在央视和人“喷”？中年韩寒回呛：敢不敢现在咱橄榄树：不可能人人都可以这样吧 ☆收藏 转发	韩寒被粉丝质问，长大后成为讨厌的人？巧妙回击：想成为怎样道 夕阳红：活的自由自在的时间还 ☆收藏 转发	耍大牌还是真性情？蔡康永曝人态度，让助理做事时只动手说一西瓜视频可以看 ☆收藏 转发	全程高能，蔡康永揭秘某女星人前人后“两面派”：每天提早15分钟早起化妆，只为让老公开心#2021有一说一 西瓜视频可以看 ◎ 柳州市 ☆收藏 转发 106 9
--	--	---	--	--	---	---	---

累计观看量65,000次+ 累计互动量5,000次+

14家娱乐资类型性达人

搭建资讯分发矩阵 创造信息发酵条件 打造爆款传播连锁反应 迅速造势

信息迅速覆盖玩法2：KOL原创+视频号分发

适用场景：种草需求+场景化消费体验



- 粉丝集中度高，推荐算法也更适合优质内容触达。
- 用户看到优质内容概率高，但不利于长尾内容分发。
- 智选适合营销此品类的头腰部达人，粉丝量集中，消费潜力大。
- 头腰部达人的内容对于产品解读更专业，适合种草。
- 消费场景化的原创优质内容在算法推荐中占据优势，触达率更高。



- 视频号粉丝较分散，且分布相对均衡。
- 用户看到社交推荐内容概率高，有利于长尾内容分发。
- 资讯式统一分发，重复曝光。
- 泛娱乐达人覆盖率广，传播力强，垂类达人触达潜在用户，击穿圈层壁垒，迅速扩散。
- 低成本私域传播获客，实现向公域的裂变与拉新。
- 快速高效铺量，统一内容审核简单。
- 打包低价，固定KOL配比，省心免选。

信息迅速覆盖玩法2：KOL原创+视频号分发

Step1: 抖音：头腰部达人+原创内容

粉丝聚集效应明显，算法推荐率高，有效触达潜在消费者。



算法+点赞推荐基本逻辑

粉丝基数越大，内容越优质，点赞率越高，曝光度越高。

Step2: 视频号：泛娱乐&垂类达人+同质内容分发

借助多类型达人优势，病毒式分发，快速触达，迅速造势。



默认朋友❤️推荐基本逻辑

基于社交关系，好友关系中感兴趣的密度越高，推荐排名越靠前，触达率越高。

信息迅速覆盖案例2：知名婴幼儿营养品-美赞臣

- 服务知名婴幼儿营养品品牌，打通抖音原创+视频号分发的“跨服”传播方案。
- 微播易助力客户精准定位母婴人群，智选9位抖音头腰部萌娃达人+20位母婴&泛娱乐内容视频号。
- 以品牌宣传片和明星影响力为纽带，构筑原创+快速分发双重传播矩阵。

Step1: 抖音+头腰部萌娃达人+原创



Step2: 视频号+母婴&泛娱乐达人+快速分发



项目累计观看量18,500,000次+ 累计互动量426,000次+

累计观看量4,200,000次+ 累计互动量51000次+

9位头腰部热门抖音萌娃先行

20位母婴&泛娱乐视频号紧随其后

与品牌宣传片同框演绎家庭萌剧 深化消费场景

实现品牌宣传片 集中快速投放

产品深度种草玩法：视频号垂类达人原创

适用场景：深度种草+转化需求



第二步：结合视频号用户更喜爱生活化内容的特点选择垂类达人生活化内容演绎，提高产品使用的真实感和人群对于内容的喜爱度。

权威背书+真实场景=高信任度=优质转化率

第一步：结合人群更信任业界权威的特点选择产品所在领域的专家视频号，专业解读

产品深度种草玩法案例1：知名英语启蒙教育品牌 垂类达人原创

- 下沉市场是教育行业的蓝海，为英语启蒙教育品牌，定制微信视频号原创矩阵传播方案。
- 结合品牌受众与需求，精准匹配10位母婴育儿、教育属性专家+达人，专家专业化解读+达人生活化内容，打造原创视频内容。
- 同时实现品牌视频号与公众号导流，及课程促销活动宣传双效任务。

让孩子爱上学英语的秘密

孩子几岁学习英语比较好?

最新的研究显示啊

都说孩子学英语要趁早

让孩子多学英语还是有帮助的

借助话题和链接为品牌账号及活动导流，累计互动量500,000+

10位母婴、教育属性专家+达人
矩阵化传播原创定制作品

产品深度种草玩法案例2：知名线上教育品牌 垂类达人原创

- 下沉市场是教育行业的蓝海，为线上教育品牌，定制微信视频号原创矩阵传播方案。
- 结合品牌受众与需求，精准匹配13位教育从业者+育儿属性达人，专业化解读+达人生活化内容，打造原创视频内容。
- 同时实现品牌视频号与公众号导流，及课程促销活动宣传双效任务。

借助话题和链接为品牌号及活动导流，累计互动率2.8%



教育从业者-教育属性达人原创内容解读网课价值



育儿属性达人生活化内容展示网课使用场景

13位教育属性专家+达人
矩阵化传播原创定制作品



高曝光度+优质效果反馈

优质账号推荐：保量特惠 视频号合作

服务亮点

精选资源 保量传播

700位+达人 播放保量
共创视频号传播佳绩

重点合作形式 **分发+原创**

目标合作品类 **全品类意向**

精选达人资源 **749位**

优势特色 **播放保量**

服务亮点

打包直发 梯度特惠

智选资源 共商传播计划

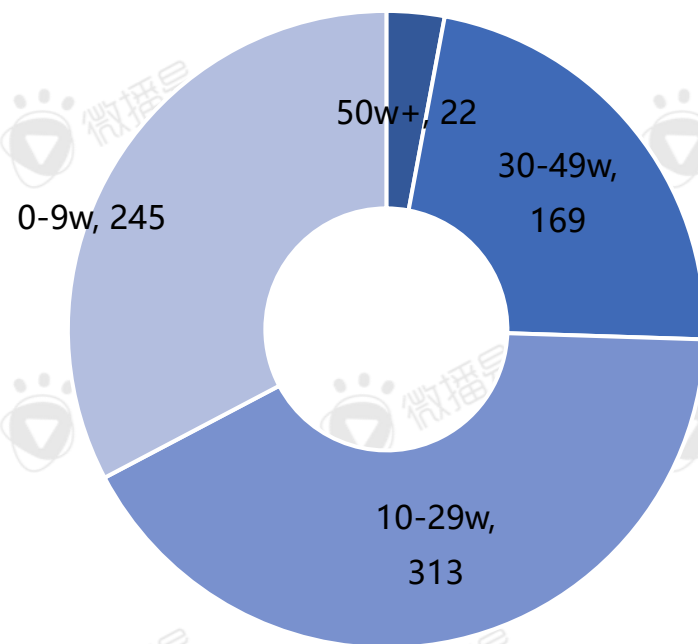
打包合作达人数量
<10个 **常规刊例价**

打包合作达人数量
10-20个 **刊例价*98折**

打包合作达人数量
21-50个 **刊例价*95折**

打包合作达人数量
51-100个 **刊例价*92折**

精选资源 粉丝区间占比



合作说明：个别账号不做保量保证，详见附件资源表格，已特别备注信息，请注意区分。

优质资源展示：保量特惠 视频号合作

房琪kiki 120w+粉丝
多平台热门旅行生活达人



老杨创业札记 38w+粉丝
连续创业达人 新生品牌创始人



生活热门说 52w+粉丝
热门生活资讯类媒体



生活前沿说 46w+粉丝
热门生活资讯类媒体



味美食记 40w+粉丝
潜力美食达人



合作说明：个别账号不做保量保证，详见附件资源表格，已特别备注信息，请注意区分。

Thank you



微播易



数据驱动的短视频KOL交易平台

关注微播易

获取最新数据策略、营销方法论、
行业洞察、案例等干货内容