

WEIQ新媒体营销云平台



- ◆ 所属类型：平台
- ◆ 开发时间：2013年上线
- ◆ 参选类别：年度最佳移动营销服务系统/工具/平台

- WEIQ是IMS新媒体商业集团旗下的自媒体广告交易平台，打通微博、微信、直播、新闻及音频等全领域社交平台资源，通过大数据分析，建立企业与社会化媒体及社交用户之间的精准匹配关系。同时对传播资源有效把控，帮助合作伙伴通过社会化媒体更加及时地传播品牌及产品信息，在日益碎片化和愈加喧闹的数字化世界中，让其品牌有所作为。
- 目前，WEIQ平台已经拥有包括网红、行业大咖、细分领域在内的86万+优质自媒体资源。同时，超过6万家中小企业客户在WEIQ平台，成功打造爆款、提升转化、增加流量。

快速登录 免费注册

M 进入自媒体接单平台 客户端下载 帮助中心

WEIQ 新媒体营销云平台
www.WeIQ.com

输入自媒体名称 **搜索**

400-0070-066
服务时间：周一至周日 7x24小时

首页 推广中心 小红书推广 短视频推广 直播网红推广 微信推广 微博推广 阅读加 影视剧 一榜通 **投放管理中心**

WEIQ
全球领先的新媒体营销云平台
营销云 大数据

MARKETING CLOUD

- 在2017年，WEIQ推出了阅读加及新浪看点两大新功能：
- 阅读加基于微博社交平台，可以帮助品牌实现海量曝光，快速提升品牌知名度。操作便利，一键发布需求，就有专属人员制定投放策略，自媒体便可精准触达快速响应。CPM的计费方式具有更高的性价比，微博及WEIQ双平台的大数据支撑，依靠深度数据的大数据分析，一站跟进投放前中后各环节！现在阅读加已经拥有优质微博资源号6.7W个，覆盖超71亿粉丝量，日均产生1亿+曝光阅读量。
- 新浪看点是一款由WEIQ平台基于微博及新浪新闻客户端所推出的产品，其核心是通过大数据算法计算出优质原生内容，再根据新浪新闻客户端的用户标签进行精准投放的一款内容营销产品，此款产品可以再海量资源中匹配到所属领域里具备原创能力的优质微博账号，且由于此款产品打通了微博及新浪新闻的数据通道，即可做到真正意义上的双向导流。

- WEIQ新媒体营销云平台主要针对自媒体方以及广告主两方使用，其中广告主在WEIQ上进行下单操作，而自媒体则是在WEIQ上进行接单操作

- 案例一：WEIQ × M.A.C
- M.A.C新店入驻天猫，WEIQ巧用KOL矩阵助力M.A.C销量飙升
- 推广策略：

推广效果：

推广策略

达人预热

首发微博头条文章，带动话题上线

众星引爆

媒体+明星+网红+达人直发引爆

销售转化

微博尤物频道打造专属活动站

雅诗兰黛旗下品牌——M.A.C彩妆入驻天猫，借助天猫超级品牌日发起微博活动。WEIQ助力MAC，巧用KOL组合，矩阵联动，快速打造全网级跟风事件。三天内口红销量突破6万支，超品日当天销售额高达1234万，位列全美妆品牌新店NO.1。

推广效果

产品销量

1234万

5.23超品日当天
天猫销售额
突破1234万

NO.1

位列全美妆
品牌新店
第1名

6.6万

传播期间
共卖出口红
66450支

3倍

是双11
高端口红
销量冠军的3倍

品牌声量

3亿

3天时间
#唇艺挑战#
话题阅读破3亿

15万

3天时间
话题讨论
超15万

第2

话题引爆
迅速攀升至
明星榜第2位

- 案例二：WEIQ × Jeep
- IMS助力Jeep，打响双节营销第一枪
- 视频营销三部曲
- 第一步：2017年1月27日，JEEP顺势春晚推话题
- JEEP在春节之际，借势推出孙俪为其拍摄的产品宣传片，并配合话题#比春晚还好看的孙俪#，节庆话题与明星效应双结合，打响微博营销第一枪。
- 第二步：2017年2月8日，JEEP玩转明星效应
- JEEP利用代言人孙俪与邓超结婚纪念日，微博再次发声，继推出#孙俪的TA是个蛋#话题，引发网友热烈讨论，将品牌声量再次掀至高潮。
- 第三步：2017年2月14日，品牌为爱发声引理念
- JEEP情人节找到大热运动员傅园慧录制短视频，并配合话题#傅园慧为爱出格#，打造品牌节日营销话题的同时，将品牌营销理念再次烘托。
- 效果评估：
- JEEP1月27日—2月8日品牌总曝光量超3亿；
- 品牌话题互动总数超16万；
- JEEP营销期间，粉丝增长87,930人

