

Likee活动策划方案及推广方案

制作：宋欣玥

微信：FLKFKFK

TEL：13339362276

一 Likee 产品及用户的理解

二 对竞品的分析

三 现阶段急需解决的问题

四 对营销活动的构想

一、对Bigo Likee产品及用户的理解

我对于Likee产品的理解——

- 1、为16-30岁的年轻人打造的一款特效创意短视频和直播交友app，主要形态是：拍摄+特效=短视频。
- 2、为热衷朋友圈社交的年轻人打造的交友平台，用户可以从Likee短视频App分享自己的生活，认识到更多朋友，了解各种奇闻趣事。
- 3、为想要成为网络红人的用户提供平台及相应的打赏、创作激励服务。

一、对Bigo Likee产品及用户的理解

目前Likee产品构成及现状：

一、目前网页端为产品介绍页面，无网页操作端，主要集中引导用户至LikeeApp

二、目前产品App已在各大应用市场上线，但根据ASO100数据搜索显示，目前通过app store的俄罗斯区下载量不佳，安卓端通过腾讯应用宝的下载次数有85万次，网页端不详。

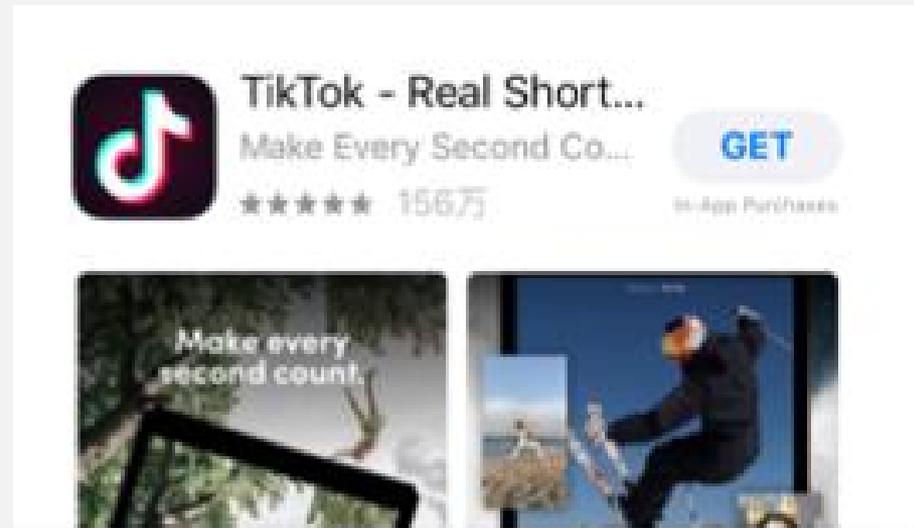
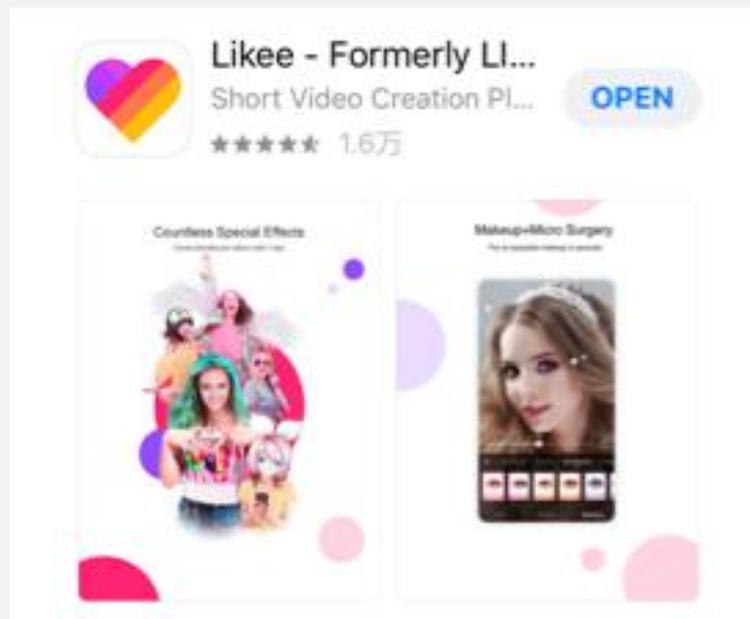
三、本次分析主要截取了七麦数据、Instagram、Facebook以及百度、微博、微信能够搜索到的相关信息。

一、对Bigo Likee产品及用户的理解

微信订阅号：LIKE短视频——推送了产品的下载页面，客户端功能故障。推测关注人数<10。

微博：LIKE短视频——微博粉丝383063，目前推送183篇微博，最近的一条在2018年6月22日，介绍坤歌文化入驻LIKE短视频App。平均评论数<10，推测关注人数<100。

App store (iphone端)



Instagram



705
帖子

118万
粉丝

93
已关注

Likee App

App Page

Likee: Global Short Video Creation
Platform

More Than LIKE

Everyone, Explore, Encounter

like.onelink.me/FvnB/29310750



tiktok



288
帖子

1,903万
粉丝

396
已关注

TikTok

App Page

Real. Short. Videos.
bit.ly/2HldCTG

关注

发消息

发邮件



Facebook



Likee español

公共主页 · 1.1 万位用户赞了 · 社群

社群



Exchange likes and votes

小组 · 5.2 万位成员 · 单日发帖: 10 篇以上

like our page ...



TikTok ✓

公共主页 · 999 万位用户赞了 · 应用主页

应用主页



😏 **TikTok** 😏😏

小组 · 10 万位成员 · 单日发帖: 10 篇以上

迪拜 · 印度 · Maharashtra · #TikTok Videos Share Please...

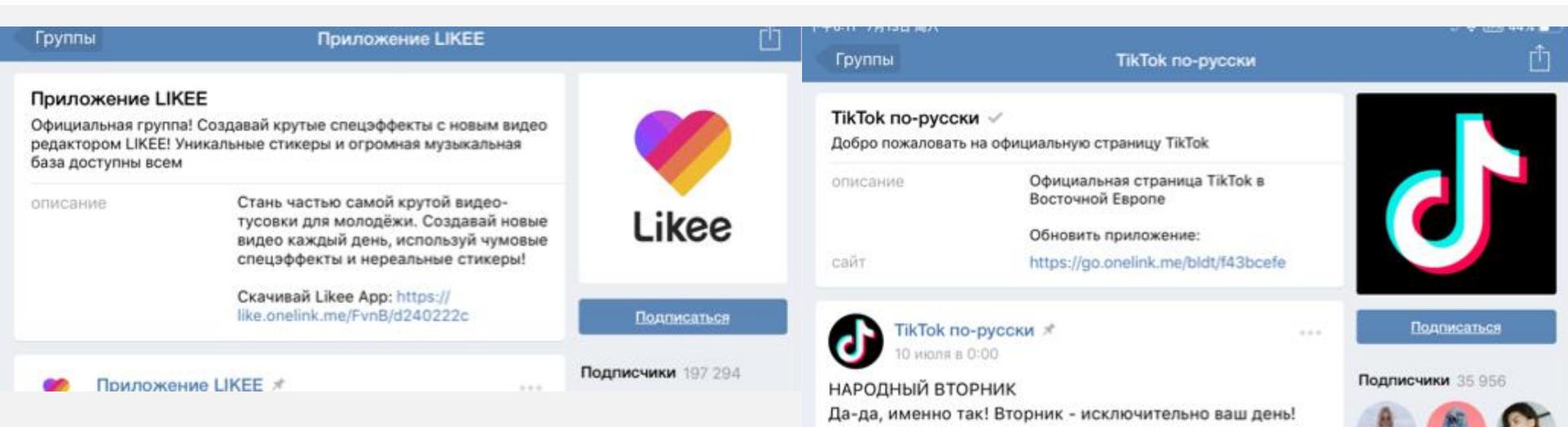


TikTok

小组 · 8,942 位成员 · 单日发帖: 10 篇以上

印度 · TikTok video

VK



- 其他渠道投放：目前在Instagram、VK能够看到Likee的产品介绍。Facebook不完善。其他不详。

二、对竞品的分析

竞品选择：针对目前出海短视频领域以及Likee的产品定位，选择了TikTok国际版作为竞品。



一款可以拍短视频的音乐创意短视频社交软件，是一个专注年轻人音乐短视频社区平台。用户可以通过这款软件选择歌曲，拍摄音乐短视频，形成自己的作品。

二、对竞品的分析

目前竞品活动状态



迪拜旅游和商业营销部与TikTok合作举办的一场社交媒体宣传活动#This is Dubai#，旨在向更广泛的受众推广该酋长国。

TikTok推出了以迪拜为主题的音乐贴纸，鼓励用户上传该城市的相关内容。

#This is Dubai#活动有约9800个相关视频，获得了超过3000万的浏览量。

二、对竞品的分析



二、对竞品的分析



iPhone端排名	总榜（免费）	总榜(畅销)	摄录（免费）	摄录（畅销）
Likee	59	98	9	7
TikTok	29	-	5	166

iPad端排名	总榜（免费）	总榜(畅销)	摄录（免费）	摄录（畅销）
Likee	44	172	2	4
TikTok	80	-	4	206

- 俄罗斯地区Apple store排行榜的竞品对比：Likee在iPad端与摄影与录像畅销榜占据优势。

三、Likee现阶段的问题

根据我对Likee目前App的俄罗斯运营、VK端和INS端的数据分析、各大垂直媒体的广告投放、竞品的活动状态分析得出：

获取有效流量，提升用户质量（培育低龄用户，吸引成年用户），产品价值变现是目前Likee产品俄罗斯区急需解决问题。

四、对营销活动的构想

目前活动构想：营销活动的目的是带来有效流量。

关于营销渠道的选择，我认为应该基于以下几点考虑：

- 1、日活跃用户多，可以定时定向投放。
- 2、高投放精准度。
- 3、能够直接链接到APP，便于监测各渠道及内容组合的转化情况，筛选出最合适的渠道+内容形式的组合。

四、对营销活动的构想

根据竞品的活动状态，我对目前Likee产品俄罗斯区营销活动构想：

- 1、官网主打宣传俄罗斯美景的“双头鹰的仙境”推广活动，以网站**banner形式**展示。
- 2、推出**具有俄罗斯国家特色**的音乐、滤镜、4D特效。
- 3、**INS保持每日更新**一到三条，主打旅行故事、旅游圣地介绍、干货小知识等内容，主要建立与用户的互动。
- 4、**VK保持每日更新**一些精选内容，固定为优质用户颁奖，欢迎以**精选KOL用户内容**为主题的二次衍生创作。让用户主动在社群中生产UGC内容，促进拉新、传播、活动持续关注。以故事性内容、区域文化为主。
- 5、选择Instagram、VK、OK.ru、Facebook、twitter、Livejournal、Rutube、Youtube、网易、豆瓣等的**广告位**，针对青年群体精准投放，主打宣传Likee“双头鹰的仙境”活动以及建立Bigo的品牌知名度。

四、对营销活动的构想

我推荐的进行营销的渠道：

- 1、Instagram
- 2、VK、Facebook个人网站平台
- 3、twitter
- 4、Rutube、Youtube视频平台
- 5、Livejournal、网易、豆瓣博客平台

四、对营销活动的构想

针对目前Likee出海现状，我有以下构想。

一、推出**PC端网页版Likee平台**。网页版的好处——满足用户习惯通过网页端进行搜索的习惯，同时网站首页banner以及精选可以简化用户从了解app到下载app的操作流程，同时，网页前端布置监测代码，用GA获悉各个流量的来源。

二、除了INS和VK，还需要保持Facebook和twitter，以及俄罗斯其他网站的定时更新。如：博客平台Livejournal、视频网站Rutube。平台的主要作用是和用户保持互动，增加Likee用户的活跃性，获取用户信任，引导口碑传播，提升产品的转化率及App下载量。

所以要多发能引起关注，同时能够便于植入产品链接的文章和内容。

四、对营销活动的构想

三、Facebook平台推广构想

Facebook前期主推：完善应用主页、经营公共主页。每日内容推送3~5条，主打内容优质的短视频。可以总结短视频拍摄干货，吸引粉丝关注。每周六同步LikeeApp推送活动推广消息或每周精选集。

后期主推：培养粉丝小组。增粉并提升用户黏性。

四、对营销活动的复盘

内容制作并投放后，关键在于数据反馈测试并调整优化。

利用GA或其他软件，分析不同渠道，不同内容的推广带来的UV，并通过后台设置转化路径，目前可以设置的途径有：

广告页面>网站首页>下载App

广告页面>网站首页>网站活动页面>下载App

建立网展页面后，可以设置的途径有：

广告页面>网站首页>观看广告>解锁看视频部分权限>关联社交网站>注册成为会员>付费

广告页面>网站首页>看视频部分权限>关联社交网站>仅观看权限>注册成为会员>付费

根据不同推广的监测链接，后台监测效果，筛选出最优质的渠道和内容组合，并进行扩大投放。同时，对网站页面跳出率、停留时长进行分析，找到目前跳出率较高的页面进行优化。

Likee活动策划方案及推广方案

制作：宋欣玥

微信：FLKFKFK

TEL：13339362276

A person is shown from the chest up, holding a large, semi-transparent grey circle. The word "Thanks" is written in white, sans-serif font across the center of the circle. The person is wearing a light-colored, button-down shirt. Behind them is a large, conical pile of crumpled white paper. The background is a dark, gradient grey.

Thanks