



伊利官方微信传播周总结

起止时间：2016.09.03-2016.09.09

「01」

传播分析

「02」

传播监测

「03」

竞品分析

「04」

新鲜玩法

CONTENT

1

传播分析

传播概况

粉丝分析

阅读量分析

传播概况 - 伊利

项目	执行内容	本周执行量	备注	上周执行量	备注
微信内容制作发布	自创内容	5条		9条	
	原创所占比例	42 %		75 %	
	客户供稿改编内容	7条		3条	
	转载及改编内容	0条		0条	
	微信总阅读量	246390次		159149次	
	本周最高阅读量	40576次	伊利献策G20：打造“品质企业”，促进全球可持续增长（供稿）	25390次	央视四大强档节目关注中国奶业发展（供稿）
	原创平均阅读量	15489.2次/条		11671.7次/条	
	传播总平均阅读数	20532.5次/条		13262.42次/条	
粉丝量	目前总粉丝数	245486人		243334人	
	净增长	2152人		2094人	
粉丝留言	粉丝互动内容监测	36条		59条	

粉丝分析 - 伊利

时间	新关注人数	取消关注人数	净增关注人数	累积关注人数	备注
9月3日	469	312	157	243491	
9月4日	496	297	199	243690	
9月5日	580	243	337	244027	
9月6日	532	314	218	244245	
9月7日	824	269	555	244800	
9月8日	655	329	326	245126	
9月9日	678	318	360	245486	

截止9月9日 公众号粉丝**245486**人，周增加**2152**人

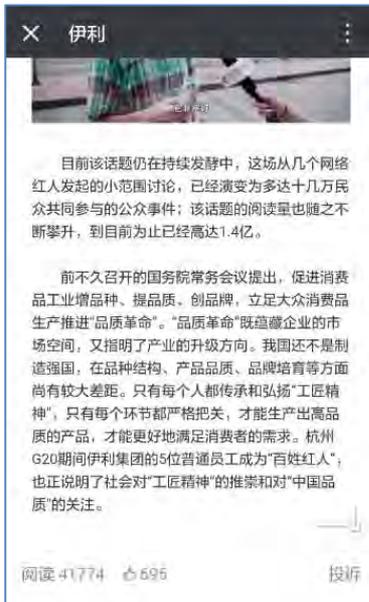
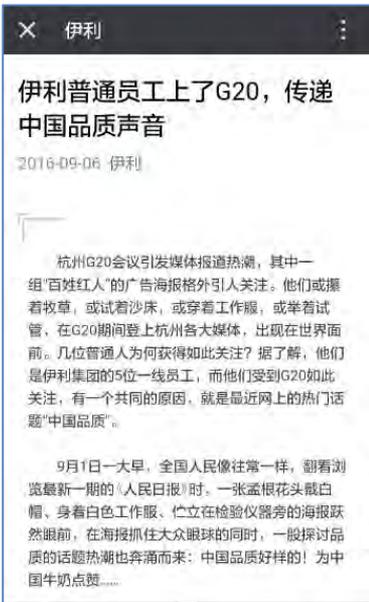
后台阅读量分析 - 伊利

内容	来源	位置	后台阅读量	点赞
伊利普通员工上了G20，传递中国品质声音	供稿	头条	50040	457
伊利献策G20：打造“品质企业”，促进全球可持续增长	供稿	头条	39536	1140
这个坑，我入了！	原创	副条	16131	477
潘刚@你 让公益成为一种习惯	供稿	头条	15674	220
性别教育≠性教育，你跟孩子聊过“性别”吗？	供稿	头条	13984	246
潘刚：用伊利的责任态度铺设公益的高速通路	供稿	头条	13735	223
护航G20，金典亮出国际品质名片	供稿	副条	12675	164
畅轻携手20国领导人品味荣耀，共襄盛举	供稿	副条	12588	192
幸亏没生在古代	原创	头条	11143	221
开学啦，我们困着呢~	原创	头条	10953	207
红红火火恍恍惚惚，一言不合就尴尬	原创	副条	10007	142
换季来得太快，就像龙卷风！	原创	副条	9202	213

前台阅读量分析 - 伊利

内容	来源	位置	前台阅读量	点赞
利普通员工上了G20，传递中国品质声音	供稿	头条	41772	457
伊利献策G20：打造“品质企业”，促进全球可持续增长	供稿	头条	39559	1140
潘刚：用伊利的责任态度铺设公益的高速通路	供稿	头条	13756	223
潘刚@你 让公益成为一种习惯	供稿	头条	13257	220
幸亏没生在古代	原创	头条	11158	221
性别教育≠性教育，你跟孩子聊过“性别”吗？	供稿	头条	9946	246
开学啦，我们困着呢~	原创	头条	9946	207
换季来得太快，就像龙卷风！	原创	副条	9203	213
这个坑，我入了！	原创	副条	9182	477
护航G20，金典亮出国际品质名片	供稿	副条	9107	146
畅轻携手20国领导人品味荣耀，共襄盛举	供稿	副条	9047	192
红红火火恍恍惚惚，一言不合就尴尬	原创	副条	9010	142

阅读量分析 - 伊利跃居8强 中国乳企改写全球乳业格局



在G20期间, 出现热门话题“中国品质”, 伊利集团的5位一线员工登上各大媒体, 赢得全球对中国品质的赞叹。体现企业品质文化, 激发大众对企业产品质量的信赖。

2

传播监测

舆情反馈

亮点展示

传播监测 - 舆情反馈

01.反馈小结

本周舆情反馈共31条，其中咨询类22条，投诉类8条，建议类1条，活动类5条。



04.建议类



江翠儿

我觉得这个可以考虑一下淡一点 味道太甜了

01.咨询类



雪妈咪

麻烦问一下，有没有鲜奶每日配送

02.投诉类



小白咸菜

普通包装奶内出现异物，当地销售已电联

03.活动类



20岁了还没有去过星巴克。

红包

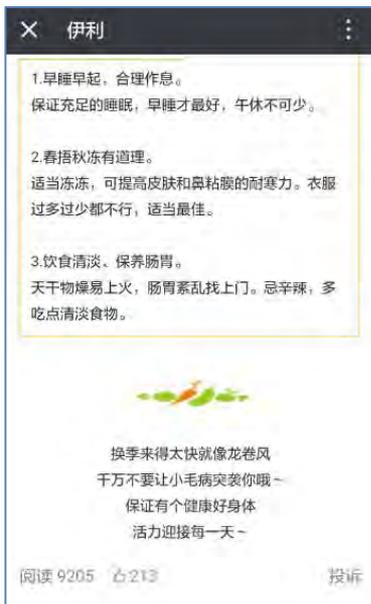
传播监测 - 热点追踪



以开学为热点，描述开学普遍面临的“睡不醒综合症”，通过实质性的建议，点出牛奶有助改善睡眠，拉进企业与网友的距离。

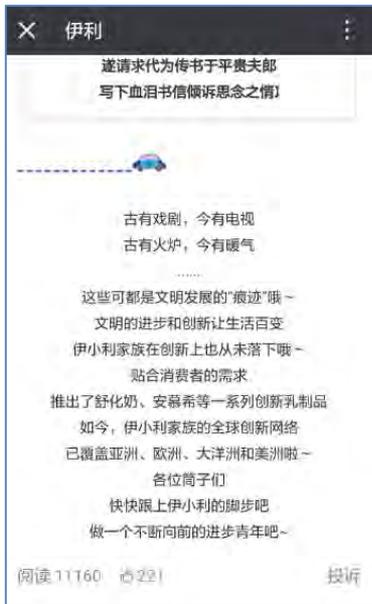
传播监测 - 热点追踪

换季来得太快，就像龙卷风！



以换季为题，说说换季那些事儿，提醒网友换季注意事项。为网友支招预防换季期间小毛病潜入，展现企业用户至上的理念，提升企业形象。

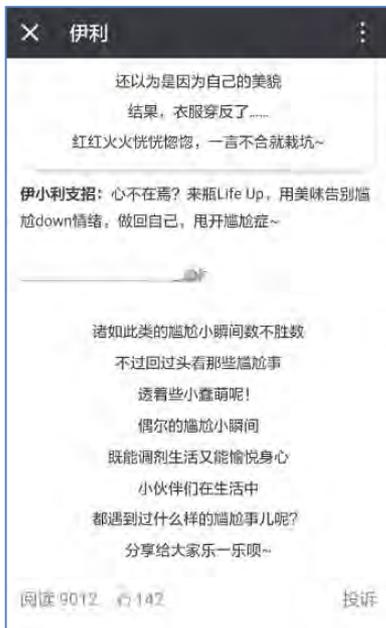
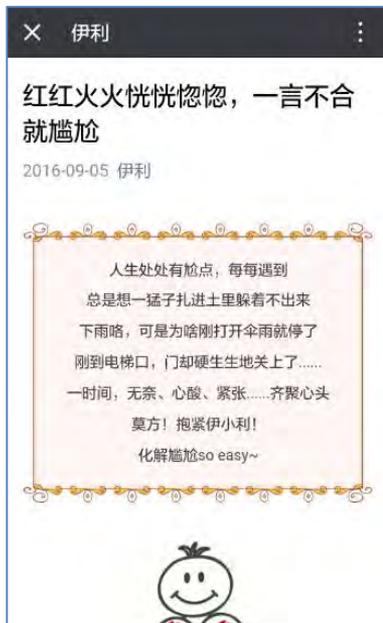
传播监测 - 精品展示



列举古今各方面的不同，阐述文明的进步和创新让生活百变，引出伊利在创新之路上所取得的成绩，展现创新品质，激发读者对伊利的期待。

传播监测 - 精品展示

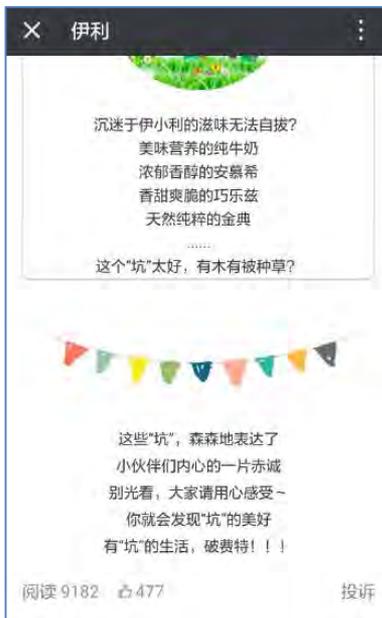
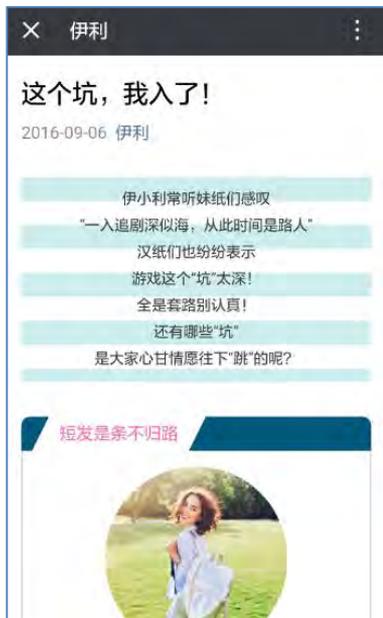
红红火火恍恍惚惚，一言不合就尴尬



人生处处有尬点，以此为题，支招如何化解生活中的尴尬，从中植入产品。选题贴近网友生活，通过内容展现出Life Up活力向上的特点。

传播监测 - 精品展示

这个坑，我入了！



列举生活中的那些“坑”，大家心甘情愿往下“跳”，引出伊利系列产品。“坑”系列引发网友共鸣，阐述伊利系列各种产品的特点，让网友对伊利系列产品有概念性认识。

3

竞品分析

竞品分析 - 海尔



精品内容展示



精品内容展示



- **内容概要**：以双重标准为题，列举生活中的那些双重标准，结尾转折不要单一的看待双重标准的负面，其也有好的一面。
- **综合建议**：贴近生活，又稍具争议性的话题，会为文章带来不少阅读与转发。

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5NTIxMTM4MA==&mid=2656016608&idx=1&sn=7b455d5331e5db4519cb22187796f5a9&scene=4#wechat_redirect

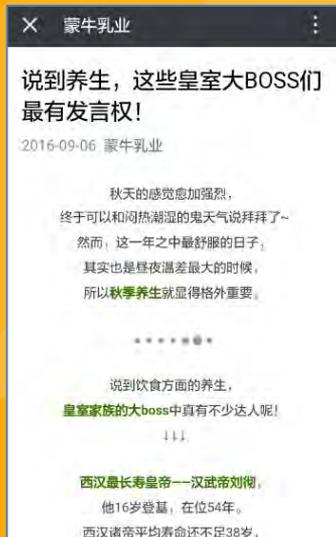
竞品分析 - 蒙牛



精品内容展示



精品内容展示



- **内容概要：**以秋季养生为点，列举古代皇室饮食方面的养生。引出牛奶美食是秋季养生极佳选择。
- **综合建议：**文案选题的选择，选取读者所关心的事物，对提升文章的阅读量有极大提升。

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MDA4MzU2MA==&mid=2658296493&idx=2&sn=afeeb16e4703d2b70e7baf1938535ac9&chksm=bdccf22a8abb7b3c8f709df8318f5c2661c779fab2735b1f823641d4e9169fd4d4a7ec5ba4cc&scene=4#wechat_redirect

4

新鲜玩法

新鲜玩法

公众号名称

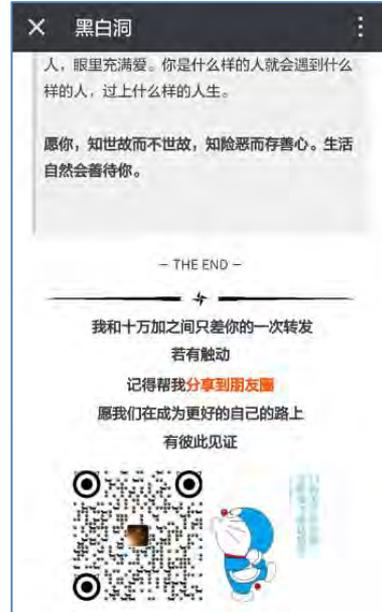
黑白洞

形式

为故事为主的公众号，分享生活中一些有启发意义的小故事，让读者在其中看到自己的影子。

借鉴

潜移默化影响读者，培养长期关注。



THANKS FOR YOUR WATCHING

