

建立话语权 将“人脉”变成“钱脉”

营销理论中的“资源整合论”讲到,策划是资源整合运用的过程,同样的资源,采用不同的整合方法,会收到不同的效果。“这个时代有人气就是王道,有了人气就离赚钱不远了。”娱乐评论人江小鱼认为,无论是“水军”成立起来做营销公司的,还是转型当起爆料人,这个过程中都积攒人气或知名度,“他们本人把自己炒红了,一旦有了话语权,不用亲自出面,自然就会有许多低段位的艺人和娱乐项目找他们宣传,再通过实际操作有了行业地位,就会有更多的案子找到他们。”可见,他们就是把所拥有的资源整合成极具产品倾向性的营销元素。

“长春国贸”就透露,有些艺人为宣传新作品,自己或作品发行方会制造一些假料,有些开价都是5位数。这样来看,明星、娱乐圈是重要的资源背景,他们的信息对受众具有极大的吸引力。“但是这种料,我一般不会发,除了独家,真实更是稳固话语权的基础。”

同时爱惜羽毛的还有“舞美师”,他说:“虽然娱乐圈的传闻总不是空穴来风,但一定要考虑可信度,不在乎正面、负面,起码有七成的真实才会发。”未来,“八掌柜”这个账号将发布更多的娱乐信息,团队成员建立工作室的目标很明确,“影响力做到足够大,还可以自己拉赞助商,跟艺人工作室、经纪公司谈合作,最终靠撰稿收取费用。”

(任奕洁)

做水军、写评论 想办法沾上娱乐圈

娱乐圈有圈,网上各大论坛,各类社区网站专题论坛也是一个圈子。“普通人想进这个圈子很简单,只要有时间,有网络,赚点零花钱不难;但是,如果你也想从‘水军’发展到单干,成立营销公司并把它做大做强,却并非一件易事。”近日,网络营销策划从业者“第二”,详细向记者介绍了“娱乐圈边缘人”的入门经:

首先,先去“猪八戒网”这类网站“找任务”,“以前,一个网络ID发篇帖子赚5毛、8毛,现在基本涨到1块钱,众多顶贴的网友集合起来就成了传说中的‘水军’。”“第二”解释说,“水军”的成分基本都是大学生,此外,就是没有固定职业的家庭主妇和自由职业者。

接下来,有些“水军”接触营销公司后,也有了“单干”公司的能力,“以歌手专辑的推广宣传为例,现在艺人除了传统媒体发稿,也很看重网络的影响力。一般的营销公司接单案子,给艺人经纪公司的报价在8万—15万元左右,而圈内很有影响力的公司除了自定推广方案,还负责突发新闻的危机公关,报价则在12万—25万元左右。”“第二”说,有些明星甚至有常年合作的固定营销公司,“费用按月结,一般在8万元左右。”

最后要介绍的是,在娱乐圈除了转发消息,还有靠写评论赚钱。不过靠评论生财,对个人素养也有硬标准。就职网络策划公司的“抚摸三下”,五六年前开始在博客写娱乐评论,“重点是抓热门,加上当时选秀比赛非常红火,门户网站经常把我的文章推荐到首页,日点击量维持在四五十万。”小有名气后,“抚摸三下”接到了电视台、平媒的供稿邀约,费用几百上千元不等。

资源整合 从爆料者到收集者

微博盛

行预示“自媒体时代”的到来,“抚摸三下”说,虽然如今还有“死忠粉”追看博客深度,但影响力已不如从前。现在,靠发明星新旧照对比的“长春国贸”,踢爆高圆圆、赵又廷恋情的“八掌柜”,预测“超女”淘汰名次的“舞美师”各占山头,做水军,加入营销团队,也算半只脚踏进娱乐圈。如果不开公司,有了相关人脉和资源怎么用?转型做个“爆料人”也是个不错选择。

“我也是从招募QQ群开始,让对娱乐八卦有兴趣的同道中人聚集。”如今已发展成一个团队的新浪微博账号“八掌柜”说,目前,他有近十个QQ超级群,二十几个高级群,每天都有高达百人支援娱乐信息。曾在娱乐圈工作的“长春国贸”则表示,曾经接触过的明星,经纪人成为他的消息源,“此外,还有媒体朋友和网友爆料。爆料微博尤其在成名后,几乎每天都会收到滚雪球一般的邮件,其中有些甚至是明星亲自放出来的。”不过,“长春国贸”也指出网友爆料真假参半,还有很多“没有营养”的老帖子,“圈内资源更多是核实,另外对娱乐有兴趣才能做这行,这样你才能分辨出老料新料。”

经过几年的打拼,“舞美师”现将自己定位成“电视媒体从业者”,有了湖南广电高层亲戚关系的资源,加上微博的应用,身份在记者、爆料人中徘徊,“爆料无非是给观众看到圈内人才能看到的事情,给大家提供谈资。”他也肯定地说,自从“舞美师”这个ID红了后,有源源不断的消息传送到他的爆料邮箱。



“娱乐财商”修炼术



别只泡在天涯论坛里“八”明星是非了,别只在微博里为了某个明星,和其他明星的粉丝吵架了,我们要说的是,这些本来都可以成为赚钱的方法。

你是不是常在“舞美师”评价某大红综艺节目的微博下面留言表示“不屑”;你或许也常转发“八掌柜”发布的某明星的大八卦;你甚至还加入了“长春国贸”的QQ群,把自己知道的明星绯闻提供给他。其实,他们本来和你一样,都算不上娱乐圈的人,但因为掌握了“娱乐财商”修炼术,他们不仅成了普通人眼中的“圈内人”,而且还因此获利。