



关联 最新发生的事

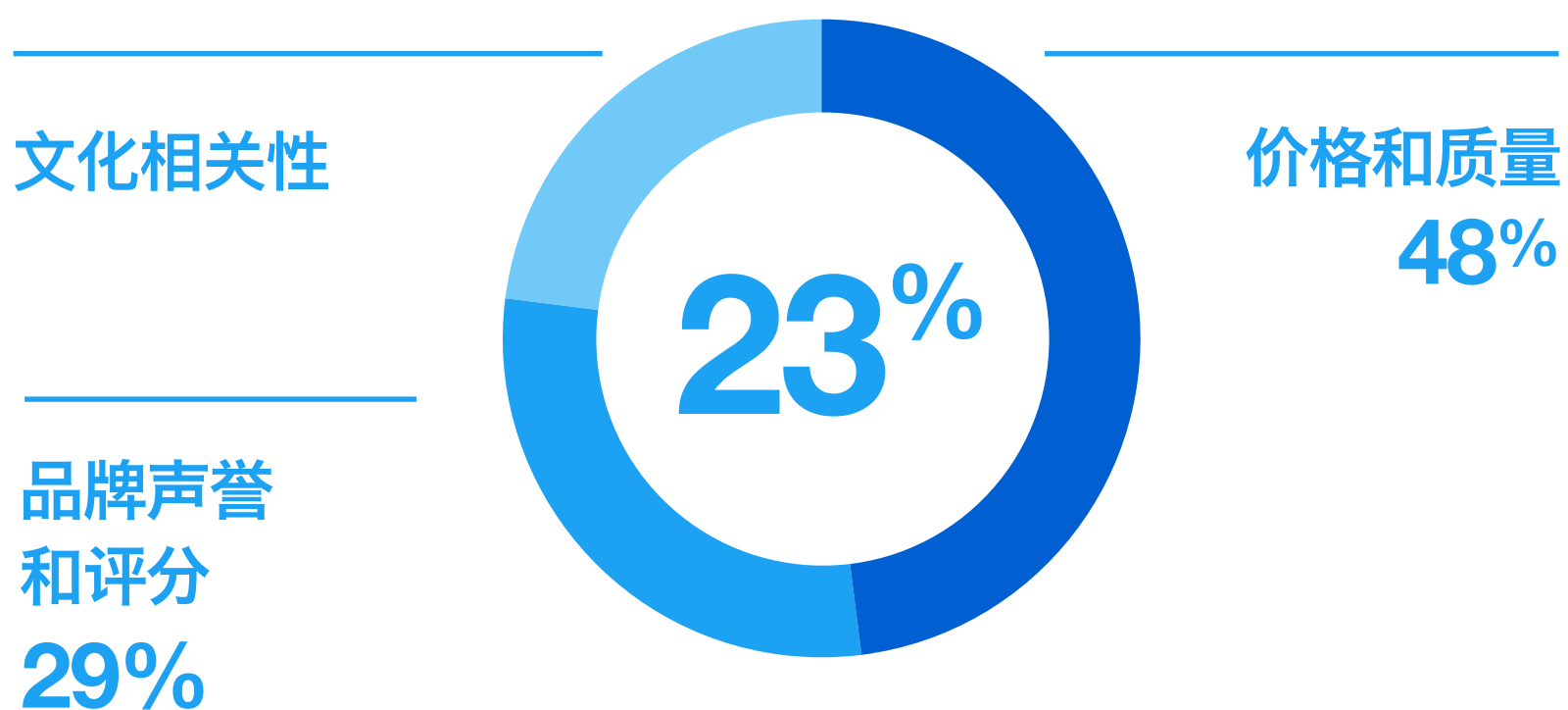
一项新研究表明，消费者非常希望品牌参与最新发生的事

过去，品牌和大众媒体是对话的看门人。但如今，对话已经没有看门人，每天都有数以千万计的人们参与 Twitter 上的双向、实时、公开、坦诚的对话。

过去，媒体和品牌左右着正在发生的事，但如今，这个角色换成了普罗大众。先从一小部分群体开始，然后以前所未有的步调发展成主流趋势。现在，您的品牌比以往任何时候都需要关联最新发生的事。

文化相关性是消费者购买决定的主要驱动因素

我们与 IPG 和媒体广告公司 MagnaGlobal 合作，了解哪些因素会影响消费者的购买决定。研究发现，品牌的文化相关性在消费者的购买决定因素中占比达到近四分之一，其重要性由此可见一斑。



来源 | MAGNA 联合 Twitter, “文化的影响”研究, 2019 年, 美国/加拿大/巴西/英国

当品牌与 Twitter 上最新发生的事相关联，就能提升营销漏斗中的各项指标

+18%

信息关联度

+8%

品牌知名度

+7%

品牌偏好度

+3%

购买意向

来源 | Nielsen 品牌效应, 2015-2018 年

您准备与什么建立关联？