美国大选营销启示录：Web3项目该如何赢得用户的心？

撰文：JiaYi

2024 年美国总统大选无疑吸引了全球的目光，但在政治戏剧之外，其实蕴藏着一堂关于营销的精彩课程。

无论你是一个成熟的 Web3 项目，还是刚刚起步的新项目，都能从竞选候选人的营销策略中汲取灵感，本文就将和大家探讨美国大选中的营销策略如何应用到 Web3 市场，帮助项目方建立更紧密的社区关系并赢得用户支持。

### 1. 明确价值主张并用好内容传播这个拳头

#### 美国大选

明确核心价值与愿景，通过精炼口号和一致内容输出，迅速传达候选人立场与承诺，使用有效的内容策略建立候选人与选民之间的情感连接，提升支持率。

例如，特朗普的选票目标是传统的美国人，所以他的口号「Make America Great Again」强调回归传统价值观，而民主党的「We are not going back」「Build Back Better」则更符合年轻选民需求。这些口号表达简单上口，且与目标人群价值主张高度匹配。

#### Web3 市场营销

聚焦品牌的核心价值，借内容传播清晰呈现产品或服务独特性。精准内容可提升用户对项目的理解和认同感，帮助品牌在市场中脱颖而出，不少项目的各种宣传标语只有项目方自 High，而用户压根不 Care，内容没有办法感染到用户，用户也同样无法真正理解和爱你的项目。

对着炒币的散户去讲背后的技术复杂性，只会让用户一头雾水，例如 Binance 的「Exchange the world」和 Babylon 的「Unlocking 21M BTC potentia」就成功地传达了各自的核心使命。题外话，Babylon 最新标语「Unlocking 21M BTC to Secure the Decentralised Economy」我认为相比之前，受众更小，表达更复杂，用户价值和情绪认同也更薄弱。

很多项目的 Slogan 喜欢用一句话准确地表述自己做的事情，但我始终认为如果只是客观描述事实的话，可口可乐的标语应该是「保密配方的黑棕色小甜水」。

小贴士：当你清晰了解你的目标人群后，说人话，说符合目标人群的价值认同的人话。

### 2. 精准定位目标受众

#### 美国大选

基于选民的年龄、地域和需求，精确划分目标群体，定制信息以满足不同群体的核心关注，有效提升候选人与选民之间的契合度和支持度。

#### Web3 市场营销

根据用户的不同需求细分市场，制定相应的营销策略，这不仅能确保内容根据相关性，还能吸引更多的目标用户。例如，技术内容可能会吸引开发者，而简化的解释则更适合普通用户。

小贴士：方法分享——根据场景触达人群的重要和高频优先级罗列出所有的场景及用户画像，并尽可能细致到他们到底从哪个产品入口来，他们为什么来使用等，然后再整理，最后汇总成用户画像分析。使用思维导图或流程图来帮助理解和整理这些信息，这将有助于你更好地聚焦目标群体，那么无论是内容输出还是活动营销或者最终的复盘你都能更有效地管理。

### 3. 社群管理及共识建设：提升用户的参与感和归属感

#### 美国大选

通过集会、志愿者活动等方式，增强选民的参与感和「主人翁」意识，让他们感受到自己对候选人的支持具有实质性的影响。这种方式不仅提高了支持率，还帮助候选人与选民建立了深厚的忠诚关系。

#### Web3 市场营销

项目也可通过社区活动、互动内容和提案参与等方式，增强用户的归属感，让他们不只是消费者，更是项目的共同建设者，形成更强的社群共识和忠诚度。

小贴士：这恰恰是许多项目方头痛的关键环节——也是最简单却最重要的一步。遗憾的是，很多项目方并不愿意在这方面投入精力。看一下币安区块链周，大家就能感受到何一和 CZ 对社群的尊重。除了他们，我还不得不提到我在基金之前的一位前老板孙宇晨。尽管 Justin 是行业里颇具争议的人物，但在社群互动和沟通上，即使他被「围攻」，也能冷静自持，偶尔自我调侃。TRX 重返 CMC 前十，这种坚持与共鸣的成就并不多见。但如今很多项目，尤其天王级项目，似乎懒得「与用户沟通」。年迈的特朗普可以跳舞，开垃圾车，被枪击后还要摆 Pose 照顾社区感受，这种力量就是与社群的最好的信任之桥。

共识来自用户， 与用户、市场保持密切联系是项目的生存之道。无论团队背景多么豪华、一级市场估值多么高，如果与社群渐行渐远，终究难逃在二级市场失败的命运。

### 4. 名人和关键意见领袖（KOL）的背书

#### 美国大选

候选人寻求名人和公众人物的支持，以提高自己的可信度和影响力，这些背书还可以帮助候选人赢得未决选民的支持。

#### Web3 市场营销

Web3 项目同样可以借助 KOL 和行业名人背书，利用他们的公信力和流量优势，帮助项目获得更高的曝光度并增强用户的信任感。尤其是当你还没有足够的市场份额时，背书可以帮助快速打响知名度。

小贴士：不再展开，这一点项目方目前觉悟是最高的。

如果资源有限怎么办？那就去找一个有资源的合伙人，借助他们的优势；如果找不到这样的合作伙伴，那就想办法「硬蹭」；如果连「硬蹭」都做不到，那成功真的很难。

用户凭什么信任一个没有成功经验的人能带领他们走向成功？

### 5. 多渠道精准传播

#### 美国大选

候选人通过电视、社交媒体、线下活动等多渠道接触选民，确保不同群体都能接收到信息，增强候选人在各选民群体中的曝光率和支持度。

#### Web3 市场营销

品牌也可通过社交平台、短视频、邮件等多样化渠道，根据用户习惯分发内容，以触达并覆盖目标用户常用的接触点，提升用户对品牌的认知和关注。

小贴士：KOL 的确是当下宣传最有效的方式之一，但如果你连项目亮点和目标群体都不清楚，建议不要浪费钱。

KOL 也好，各类宣传渠道也好，都只是传播的工具。若不清楚要向谁传达什么、让用户记住什么，仅仅支付 KOL 推广费，真的能让用户认可和买账吗？

### 结语

希望这篇文章能帮助 Web3 项目方在美国大选这个「营销大戏」里，学到如何把握用户共识、如何放下身段接触真实用户。很多项目方常高高在上，仿佛只有技术和概念，但用户的共识、社群的认同，才是项目成功的根基。