



2025

企业内容 营销实战白皮书

南京弟齐信息技术有限公司



前言

白皮书来源: MarketUP

2025年, MarketUP仍然持续更新《B2B内容营销白皮书》...

MarketUP

" ABM+

" " AI+

" "

" "

"

前情回顾

实战类

2800+次下载



AIGC



SEO

SE

框架类

2600+次下载



B2B



目录

白皮书来源：MarketUP

01

One 2025 B2B内容营销现状

2025 B2B

02

Two ABM个性化内容从撒网到狙击

ABM

03

Three 再次探讨AI与内容的结合

AI

04

Four 内容营销和生态打造结合

*10

05

Five 如何搭建好B2B内容中心

ABM

06

Six 内容效果追踪、投产分析

内容营销如何监测内容来源、内容质量等，从而进行投产分析

07

Seven 2026年内容营销的趋势展望

探究B2B企业2026年内容营销新方向与推荐

白皮书来源：MarketUP

白皮书来源：MarketUP

第一章

B2B内容营销的现状与变化

2025年，B2B内容营销发生哪些变化？

白皮书来源：MarketUP



多渠道、多类型跨平台整合

生态深度联动内容营销

B2B

KOL KOC

4

3

AI+内容运营/GEO

AI

GEO SEO

2

精准个性化旅程内容设计

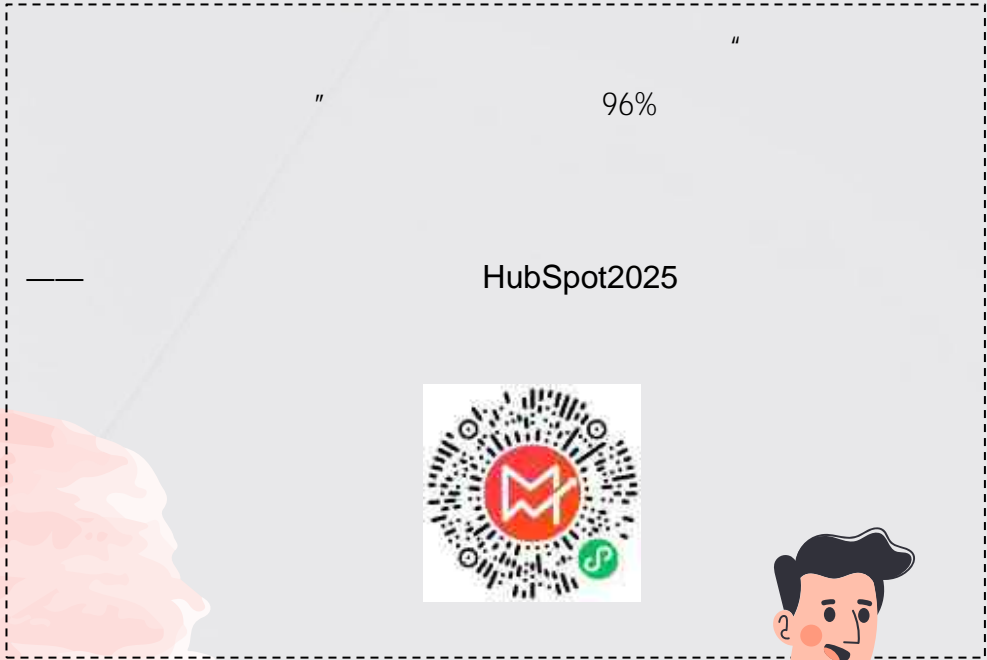
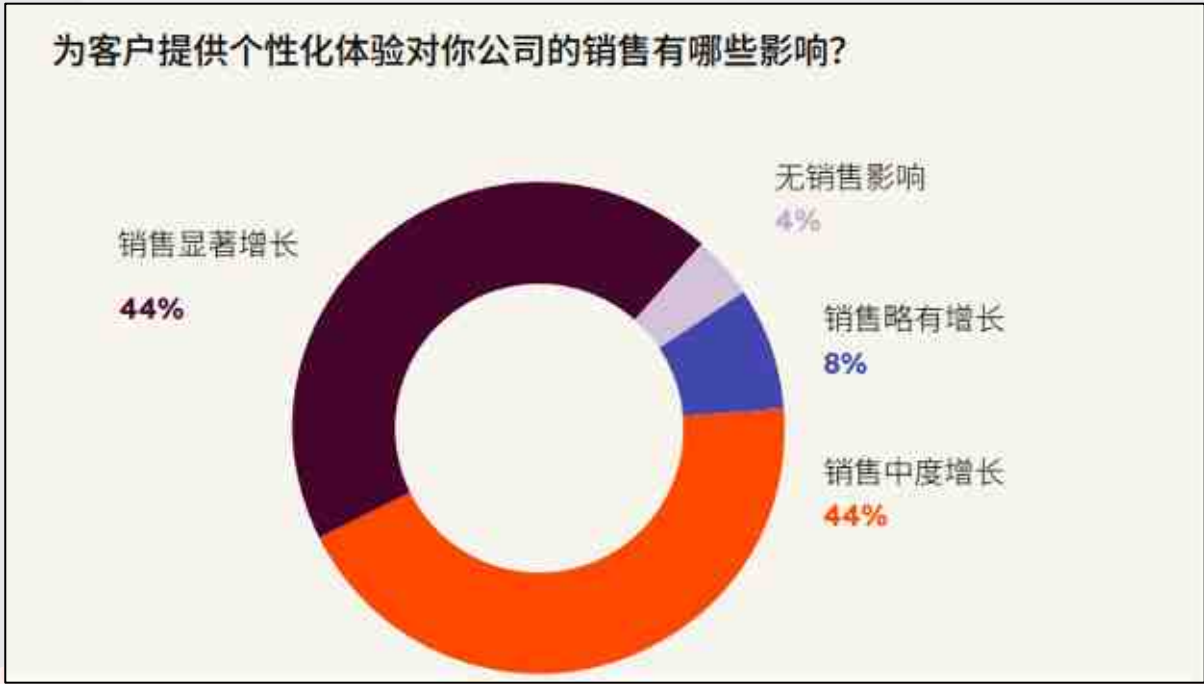
1



变化1：购买决策者期待超个性化的内容

白皮书来源：MarketUP

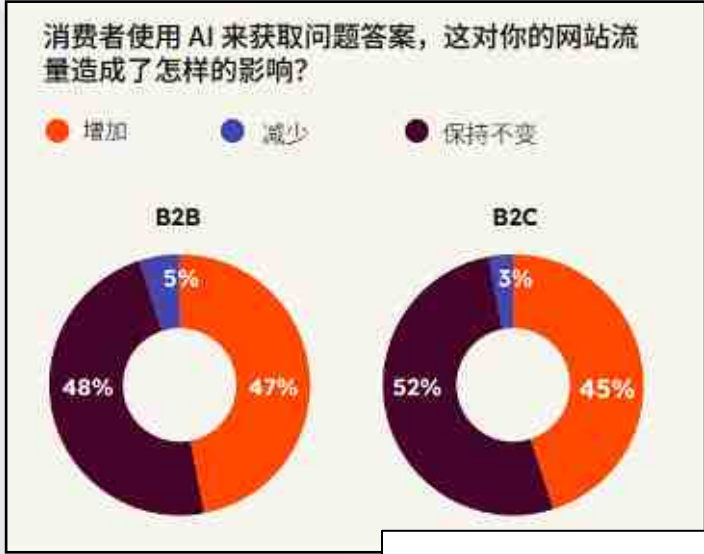
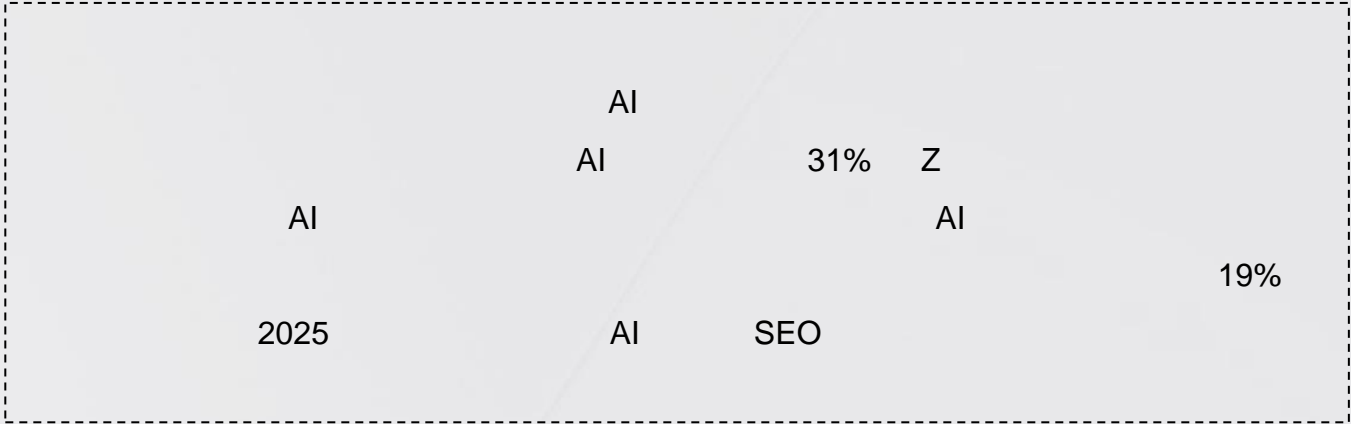
Gartner 2.8 B2B HubSpot2025 11 2025 ROI



变化2: AI正在不断渗透到内容生产、获客需求中

白皮书来源: MarketUP

内容获客层面



内容制作层面



1 in 4
每4位营销人员中就有1位计划利用 AI 将文本内容转换为多模态营销活动。



变化3：内容与生态联合（KOL、KOC等）的价值点更高

在 2024 年，品牌在与以下哪种规模的网红或内容创作者合作时最成功？

● B2B ● B2C

Nano 迷你网红 (拥有 1,000-9,999 名粉丝/订阅者)



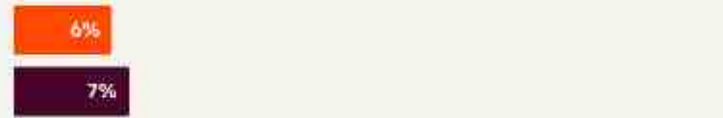
Micro 小型网红 (拥有 1 万-9.9 万名粉丝/订阅者)



Macro 中大型网红 (拥有 10 万-99.9 万名粉丝/订阅者)



Mega 超级网红 (粉丝/订阅者超过 100 万)



24%

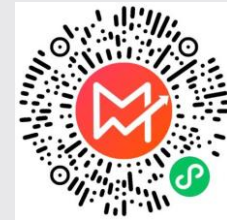
B2B B2C

1 10

Facebook 28% Instagram 22% YouTube 12%

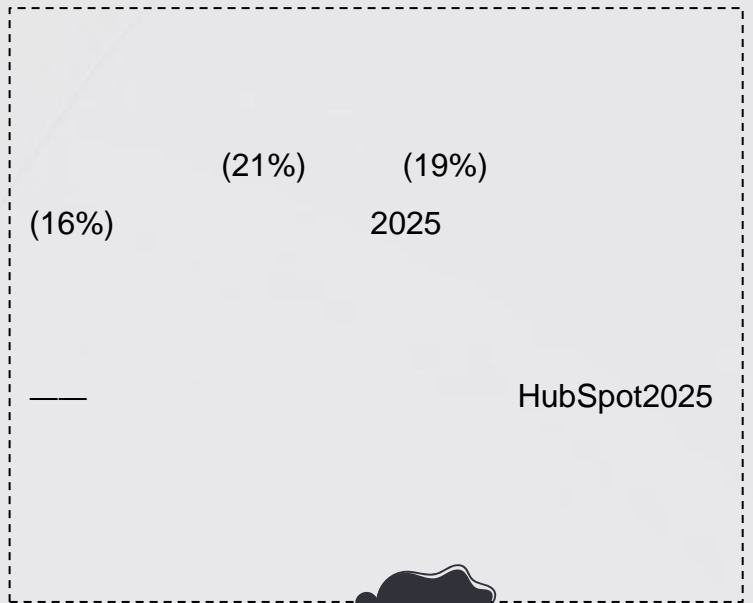
50% 74%

HubSpot 2025



变化4：多渠道、多类型内容跨平台营销整合

白皮书来源：MarketUP



2025版内容营销白皮书我们突出了如下亮点

白皮书来源: MarketUP

MarketUP B2B本土化内容营销白皮书4大核心

ABM+内容营销

ABM+



AI+内容营销

AI

GEO

AI



生态联合+内容营销



B2B内容中心建设

B2B



第二章

ABM个性化内容从“撒网”到“狙击”

2025年，为什么MarketUP更关注ABM+内容营销？

白皮书来源：MarketUP

ABM Account-Based Marketing
ABM+ VS

ABM " " " "

传统内容营销——“撒网”

ABM+内容营销——“狙击”

VS

更加细分、精确

- " "
- " "
- " "
- " "

ABM+内容营销：核心特点是什么？

白皮书来源：MarketUP

ABM+

“ ”



01

精准定位高价值客户账户

02

个性化内容定制，通过数据驱动

“ ”

03

销售与市场的深度协同

- “ ”

ABM+内容营销：本土化“4 能做，4 不能做”

白皮书来源：MarketUP

能做

1

2

3

4

, CPD+MA



不能做

1

2

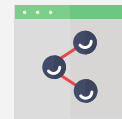
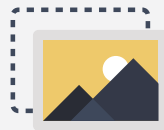
3

4

Cookie



本土化ABM+内容营销“着力点”



CDP+MA

ABM+内容营销：如何开展实践？

白皮书来源：MarketUP



Q1: 做ABM+内容需要什么**人员配置**?

+ + BD +

Q2: 做ABM+内容需要做好**哪些关键任务**?

+ + / +

Q3: 如何开展ABM+内容, **打法节奏**怎么设计?

EDM ..

Q4: 需要哪些**数字化手段**配合?

PC+ + UTM +
+ + EDM

ABM+内容营销：国内实战策略地图

白皮书来源：MarketUP

ABM+内容营销 国内实战策略地图



ABM+内容营销：STEP1-人/岗安排

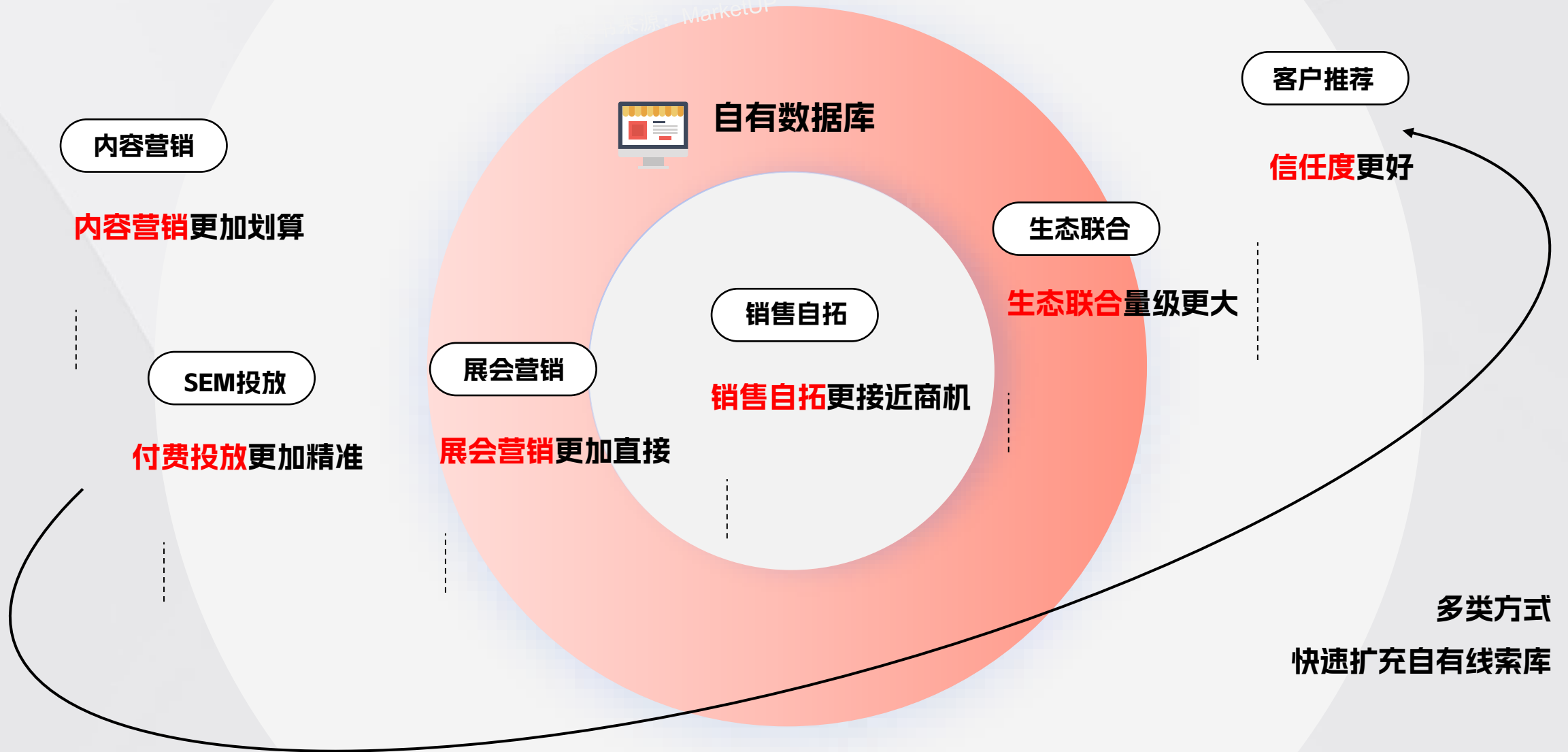
白皮书来源：MarketUP

ABM团队核心框架（3大关键岗位）



* TIPS

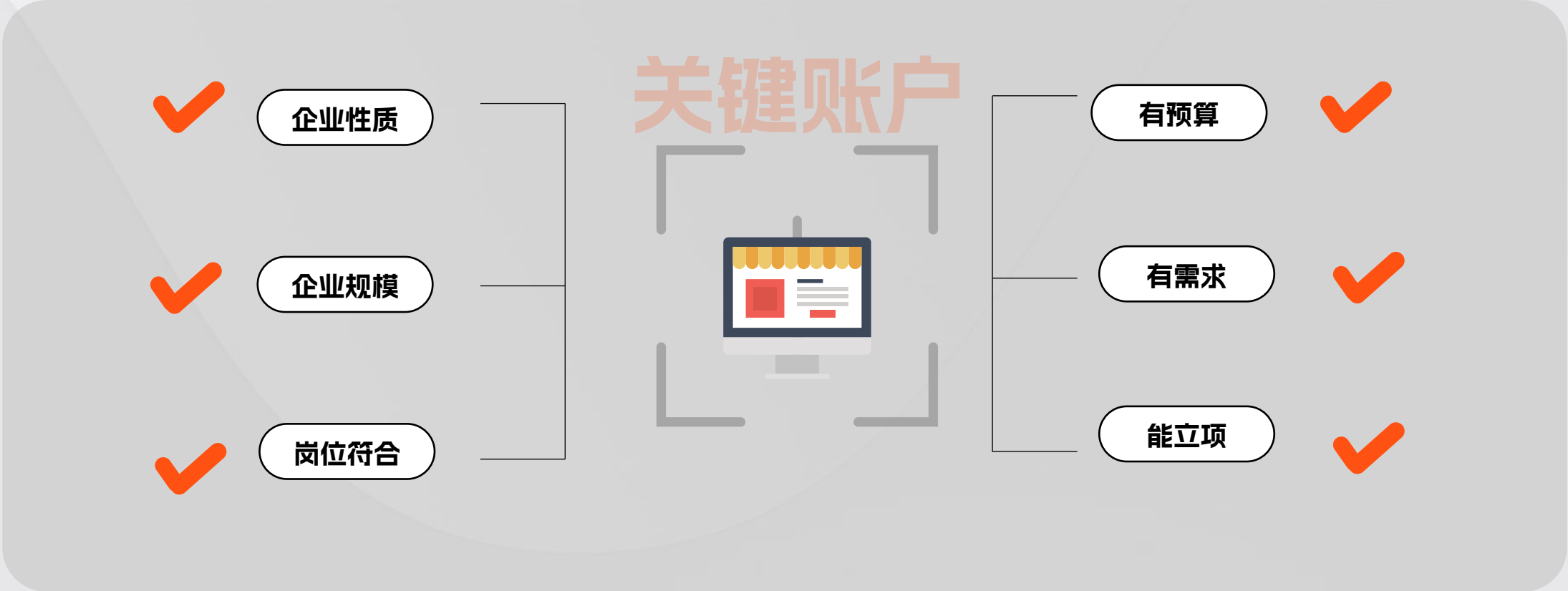
ABM+内容营销：STEP2-丰富自有数据库



ABM+内容营销：STEP3-锁定关键账户

白皮书来源：MarketUP

内部统一标准，定好客户画像，锁定关键账户



ABM+内容营销：STEP4-打上ABM专属标签、丰富ABM账户

白皮书来源：MarketUP

使用MarketUP完善ABM标签和细分分类



- ABM阶段分类:**
- ABM-
 - ABM-
 - ABM-

- ABM行业分类:**
- ABM- A
 - ABM- B
 - ABM- C
 -

- ABM认知分类:**
- ABM-
 - ABM-
 - ABM-
 -

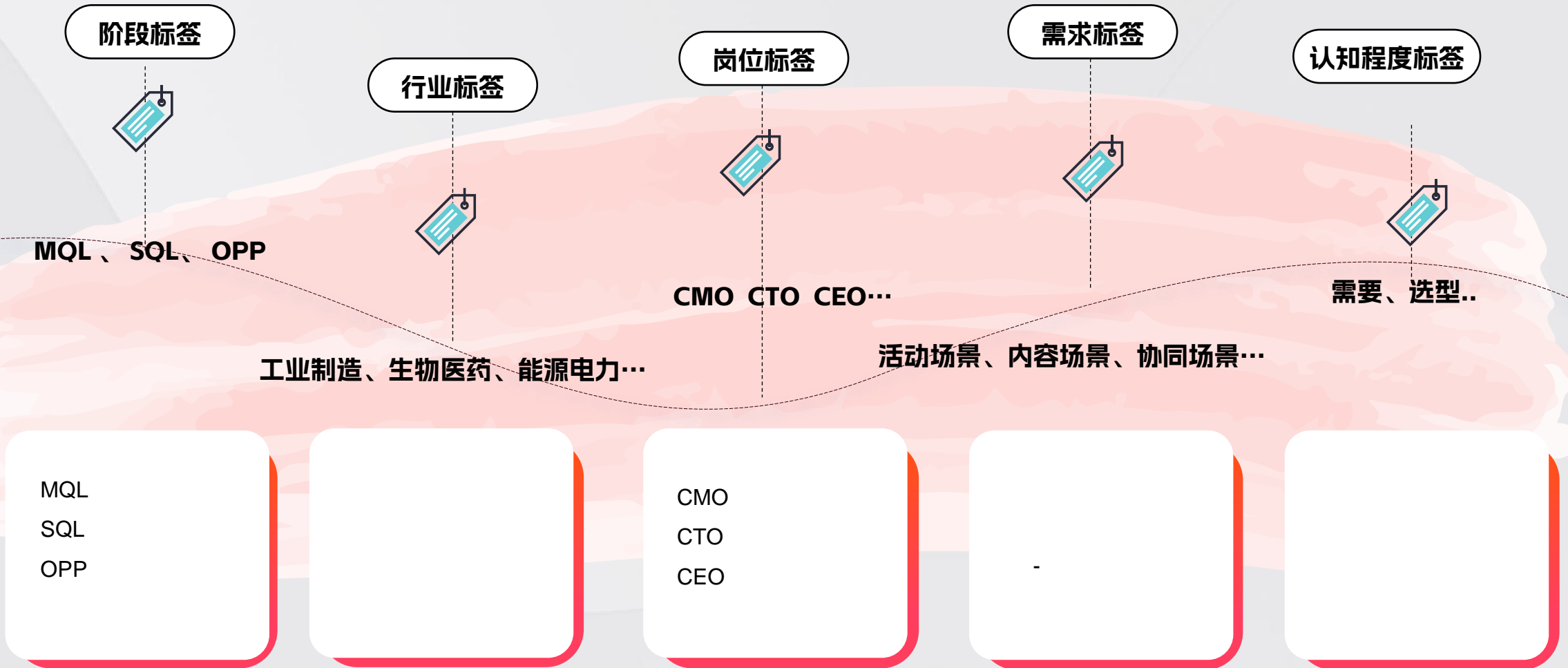
扩充、丰富ABM账户

天眼查
openid
腾讯广告
LinkedIn
脉脉
成就职业梦想
LinkedIn
成就职业梦想

MarketUP
线索
数据报告
线索列表
我的线索
标签设置
线索列表(旧)
公海设置
标签设置

ABM+内容营销：STEP5-制作个性化内容

白皮书来源：MarketUP



* TIPS

ABM+内容营销：STEP6-筛选与分类触达

白皮书来源：MarketUP

1、标签分类筛选

关键词 搜索 渠道筛选 搜索

搜索等级 分配状态

标签分组 选择标签或分组 标签分组

操作

- 共10条数据
- MQL (短期内有商机, 可以长期跟进)
- SAL (短期内有商机, 需密切客户)
- SQL
- 成交

2、定向内容

【干货分享】《B2B企业集客营销白皮书》：AI时代如何多渠道营销与

《B2B会议活动营销白皮书》重磅发布！“4P5S”打造B2B会议活动

展会价值重构：从流量思维到三端共生，解锁2025增长新范式

操作

编辑 详情 复制

MarketUP

EDM

3、多方式触达

营销工具

- EDM
- 短信推送
- 微信推送
- 裂变海报



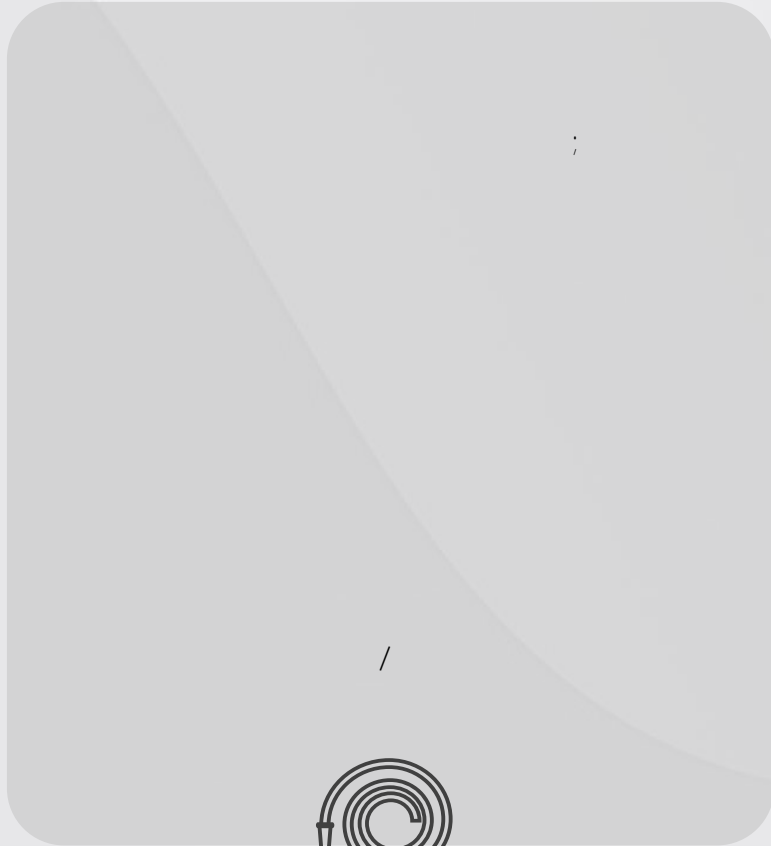
MarketUP

ABM+内容营销：STEP7-ABM效能衡量标准

白皮书来源：MarketUP



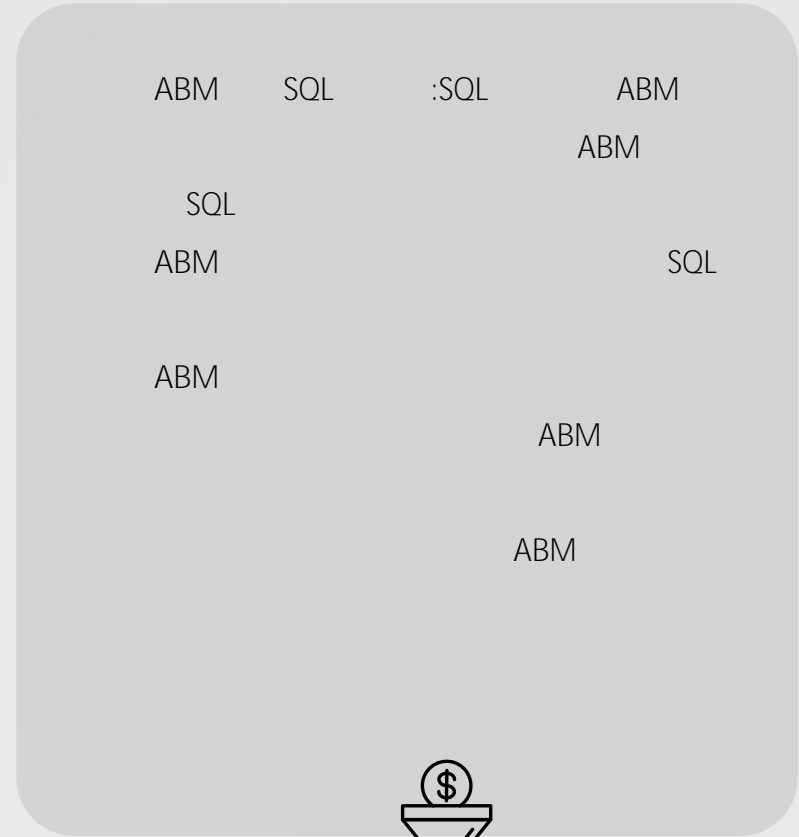
目标账户互动与参与度



营销与销售协同效率



ABM驱动转化提升效果



ABM+内容营销：STEP8-ABM OKR考核指标

白皮书来源：MarketUP

目标分类	Objective (目标)	Key Results (关键结果)	目标值	衡量周期	分值占比
账户覆盖	O1 100%	KR1 ABM 50%	50%		10
		KR2 50%	50%		10
	O2	KR1 5	5		20
		KR2 2	2		20
	O3 -	KR1 60%	60%		5
		KR1 4	5		20
MQL/SQL	O4 ABM	KR1 ABM MQL SQL 20%	25%		15

* TIPS

第三章

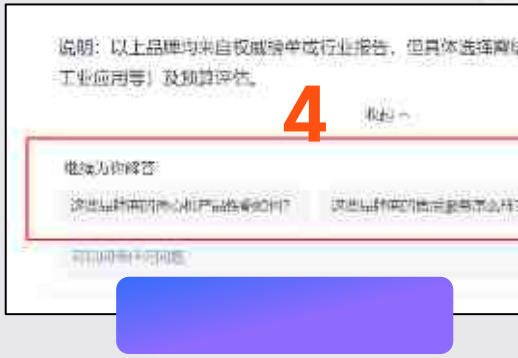
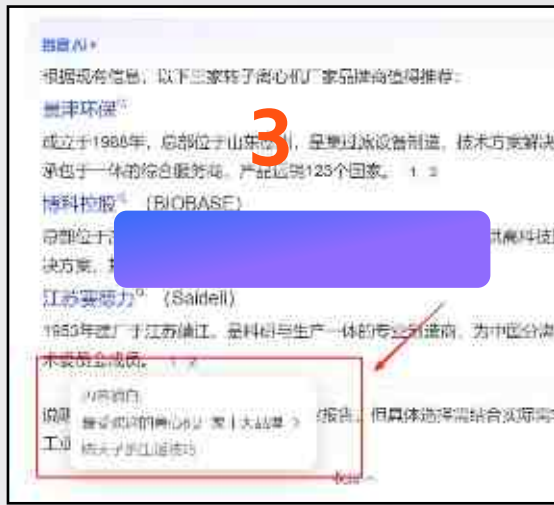
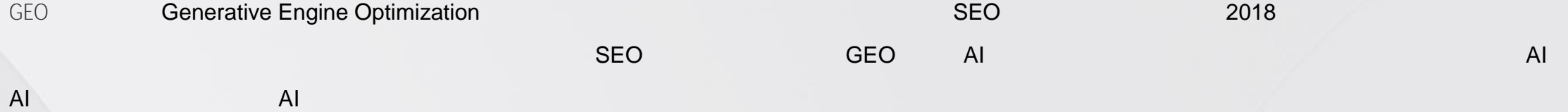
再次探讨AI与内容营销的结合



Part1. 实现GEO (AEO)

释义，什么是GEO (AEO)?

白皮书来源: MarketUP



GEO展现：品牌露出、引用来源、深度大模型回答

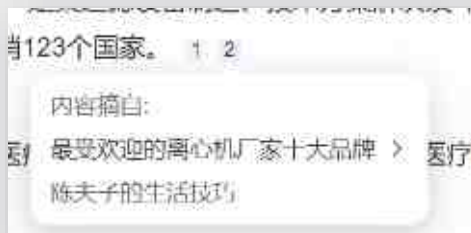
白皮书来源：MarketUP

GEO



博科控股[®] (BIOBASE)
总部位于济南，核心业务涵盖生物医疗、智能解决方案，其离心机产品以品质著称。 1 3

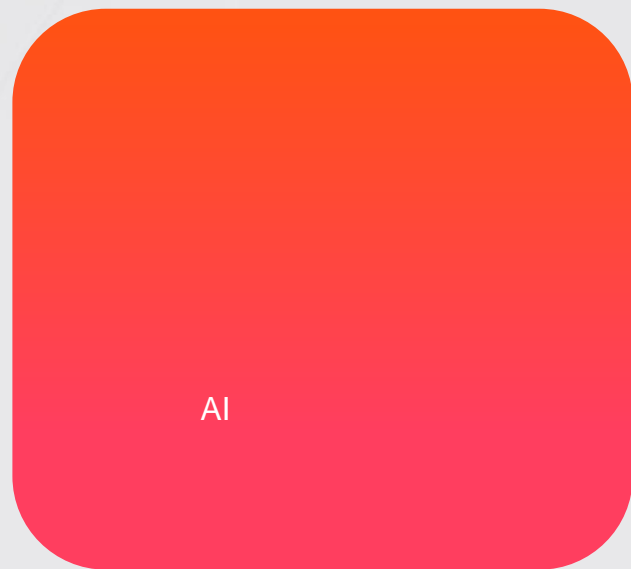
① 主要一：品牌词露出



② 主要二：引用源展现



③ 主要三：底部继续为你解答



GEO

B2B

GEO展现：露出品牌词

白皮书来源：MarketUP

No.1 露出品牌词



点击“江苏赛德力”，即可直接抵达百度搜索该关键词的结果页面。

GEO展现：引用源直达

白皮书来源：MarketUP

NO2.引用源直达

百度Ai+

根据现有信息，以下三家转子离心机厂家品牌商值得推荐：

景津环保[®]
 成立于1988年，总部位于山东德州，是集过滤设备制造、技术方案解决及环保工程总承包于一体的综合服务商，产品远销123个国家。 1 2

博科控股[®] (BIOBASE)
 总部位于济南，核心业务涵盖生物医疗、智能制造等领域，提供高科技医疗设备系统解决方案，其离心机产品以品质著称。 1 3

江苏赛德力[®] (Saideli)
 1953年建厂于江苏靖江，是科研与生产一体的专业制造商，为中国分离机械标准化技术委员会成员。 1 2

内容摘自：
 说明 最受欢迎的离心机 家十大品牌 -> 报告，但具体选择需结合实际需求（如实验室、工业 能大了的生活技巧

离心机十大品牌

景津环保 BIOBASE博科 江苏赛德力

点击进入 某行业垂类媒体 产品榜单页面

点击进入 某百家号

博科控股 (BIOBASE)，济南的骄傲，核心业务是生命健康产业，包括生物医疗、电镜、智能制造等，提供高科技医疗设备和科学仪器的系统解决方案，品质没得说。

江苏赛德力 (Saideli)，从1953年就开始做离心机和干燥设备了，在江苏靖江，是科研和生产一体的专业制造商，还是中国分离机械标准化技术委员会的成员呢。

湖南湘离心机，上世纪七十年代初就成立了，在湖南湘潭，研发能力和加工能力都很强，产品用在很多行业里。

成都妙德 (1111出口)，专业做离心机和配件的，型号多，材质齐全。

江苏科丹，1990年在张家港成立的，专注分离机械的研究和制造，是江苏省医药、化工机械的重点企业。

上海浦博，专业研发制造离心机，也做维修和零配件，产品在国内都是领先的。

张家港捷能，国内离心机生产的行家，设计和研发经验都非常丰富。

还有其它像德夫、珠海黑马、江苏仪器、天本这些，也都是离心机领域的佼佼者，市场认可度高，口碑好，产品品质和技术水平都很在线。



GEO

B2B

GEO展现：官网入口、联络方式等

NO.3官网入口、联络方式

NEW

白皮书来源：MarketUP

AI+ 图片 视频 音频 笔记 地图 贴贴吧 文库 更多

- 典型成效：
 - 线索转化率平均提升 42%，客户成交周期缩短 35% 4；
 - 某科技公司通过小程序实现 38% 的线索转化占比 2；
 - 工业企业展会线索线上转化率提升 45% 2。

① 搜索 “MarketUP”

四、对中国市场的洞察

推出《中国式集客营销实战指南》，强调本土化策略：

- 多元渠道整合：适配微信公众号、知乎、小红书等平台异质化生态 6；
- 全员营销创新：赋能员工与代理商，统一品牌形象并提升传播效率 6。

官方入口：MarketUP 官网
注：平台提供免费预约演示服务，深度适配工业、医疗、科技等B2B垂直领域需求 4 5。

MarketUP的价格是多少？

MarketUP有哪些成功案例？

MarketUP的用户评价如何？

部分词（尤其是品牌词）在大模型内部搜索时，会体现官方入口站、联系方式、联系人信息等。

三、联系方式

中国总部

• 地址：北京市朝阳区望京中环南路7号西门子大厦（邮编：100102） 6、7。

电话：

• 总机：+86 (10) 6476 8888 14

• 产品咨询：400-616-2020 16

• 技术支持：400-810-4288 16

• 邮箱：contact.sic@siemens.com 16

• 官网入口：[西门子工业官网](#) | [官方商城入口](#)

② 搜索 “西门子工业”

分公司与分支机构

• 苏州分公司：苏州工业园区苏华路2号国际大厦1117-1119室 14。

• 成都公司：四川省成都高新区天源路99号（专注自动化产品研发生产） 4。

在线服务

• 技术支持中心：提交需求可访问 [数字化工业支持中心](#)（注：需提前注册） 15 18。

• 培训与认证：1847工业学习平台 提供专业课程 17。

GEO展现：大模型内问答推荐智能体

白皮书来源：MarketUP

NO.4大模型对话答案推荐智能体

NEW

在部分大模型内进行对话交流，如提问某品牌关键词，会推荐出官方智能体。

marketup这个软件如何

软件功能：这款软件主要用于什么领域？（例如：市场营销、股票交易、电商管理、短视频、社交娱乐等）

来源：您是在哪里了解到这款软件的呢？（例如：朋友推荐、某个网站、广告推送、应用商店搜索等）

平台：您是在哪个设备或系统上使用它？（例如：iOS手机、安卓手机、Windows/Mac电脑、网页版等）

开发商信息：您是否知道开发这款软件的公司或团队名称？（如果有昵称或简称请提供关键词帮助）

基于当前信息，以下是一些可能性推测

名称拼音缩写或小众工具：

- 可能是一个小众、垂直行业领域的工具，并非进入主流市场。
- 可能是近期...

智能体来帮忙

纳米AI搜索

百度首页 登录

问问智能体

- 西门子工业技术支持... 我是您的专属顾问，欢... 提问
- 西门子数字化工业专... 我是您的专属客服，欢... 提问

百度AI

三、联系方式

中国总部

- 地址：北京市朝阳区望京中环南路7号西
- 电话：
 - 总机：+86 (10) 6476 8888 14
 - 产品咨询：400-616-2020 16
 - 技术支持：400-810-4288 16
- 邮箱：contact.slz@siemens.com 16
- 官网入口：西门子工业官网 | 官方商城入口

分公司与分支机构

- 苏州分公司：苏州工业园区苏华路2号国际大厦1117-1119室 14。
- 成都公司：四川省成都高新西区天源路99号（专注自动化产品研发生产） 4。

在线服务

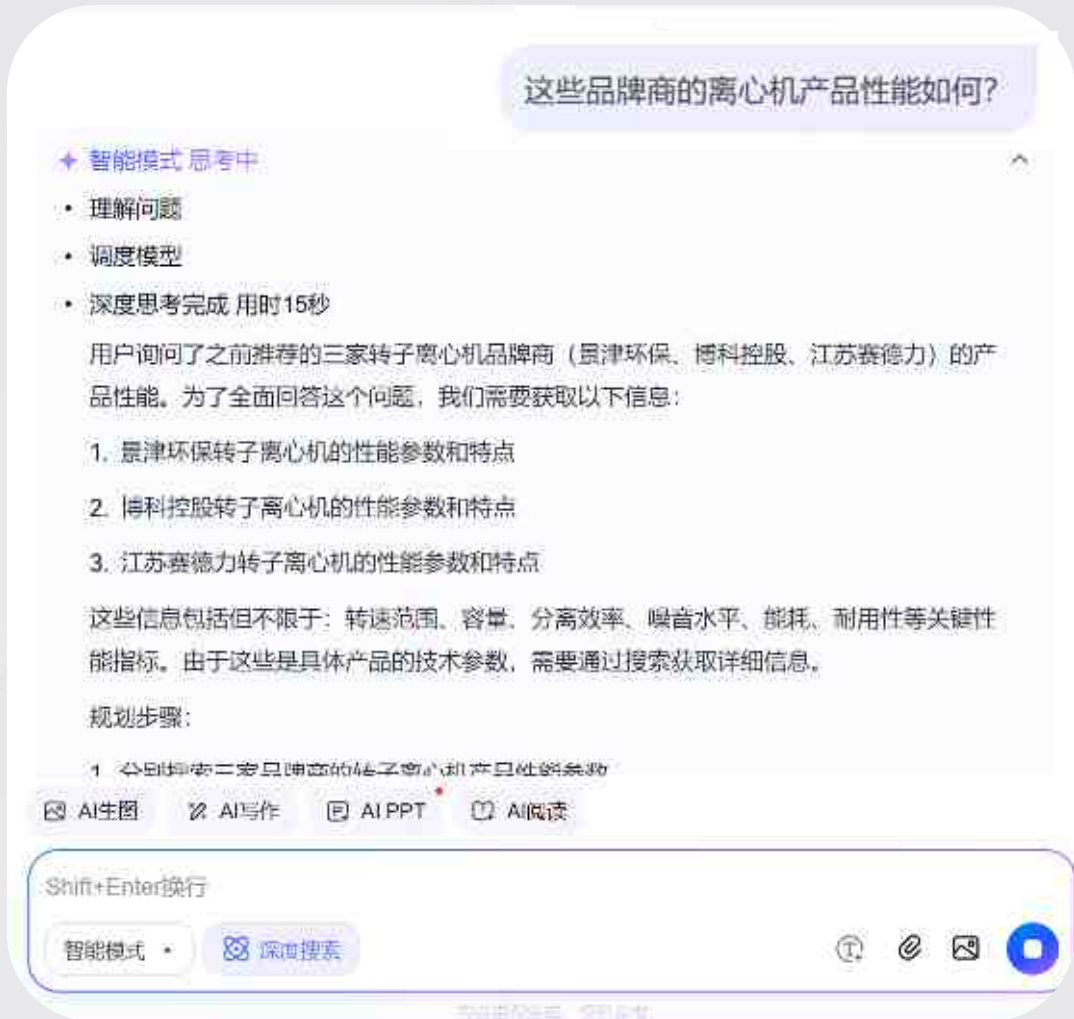
- 技术支持中心：提交需求可访问 数字化工业支持中心（注：需提前注册） 15 18。
- 培训与认证：1847工业学习平台 提供专业课程 17。

四、行业影响与愿景

- 战略方向：以“AI+制造业”驱动中国智能制造升级，助力从“制造大国”向“智能制造强国”转型 2。

GEO展现：底部推荐关键词进入大模型 继续对话

NO.5推荐关键词，进入到模型



点击推荐词，进入大模型，深度访问了解。

大模型在回答中，展示“引用源”。



GEO展现：关键词智能体卡位

白皮书来源：MarketUP

No.6 关键词智能体卡位

如何找到适合申请的业务核心词？



文心一言

GEO准备：分析流量-布局渠道-铺排内容

STEP1: 流量来源

AI

AI



STEP2: 流量布局

AI



STEP3: 三个步骤实现内容+GEO

1 #

2

3

SEM

AI

:

/ /

:

AI

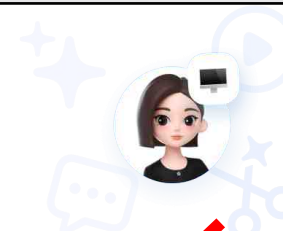


GEO准备：截至2025年，了解哪些大模型值得“拥抱”

白皮书来源：MarketUP



AI



PDF





360 AI



Tips

上半年 VS 下半年，基本值得布局的大模型没有发生太大变化。

GEO准备：截至2025年，各大模型抓爬习惯汇总

								PDF	
 文心一言									
 deepseek									
 K									NEW
 讯飞星火									
 纳米AI搜索									
 秘塔AI搜索									

上半年 VS 下半年 从观察来看，基本抓爬习惯变化并不大



GEO操作：挖掘核心关键词

白皮书来源：MarketUP



STEP1：挖掘关键词

SEO SEM

GEO

① 百度下拉框



② 百度底部相关搜索



③ 百度推广关键词挖掘



④ 其他搜索引擎关键词挖掘



⑤ 关键词挖掘工具



GEO操作：围绕关键词建设内容

白皮书来源：MarketUP



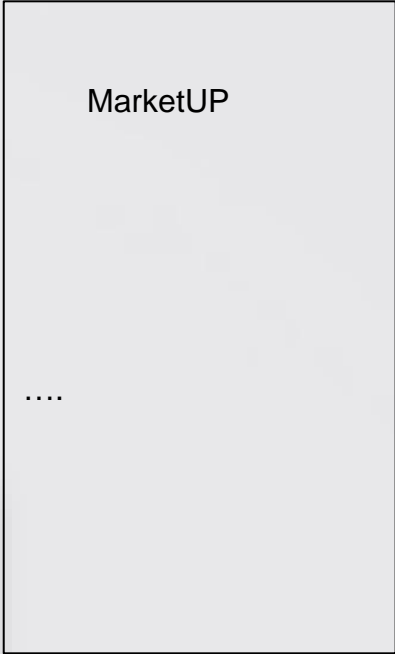
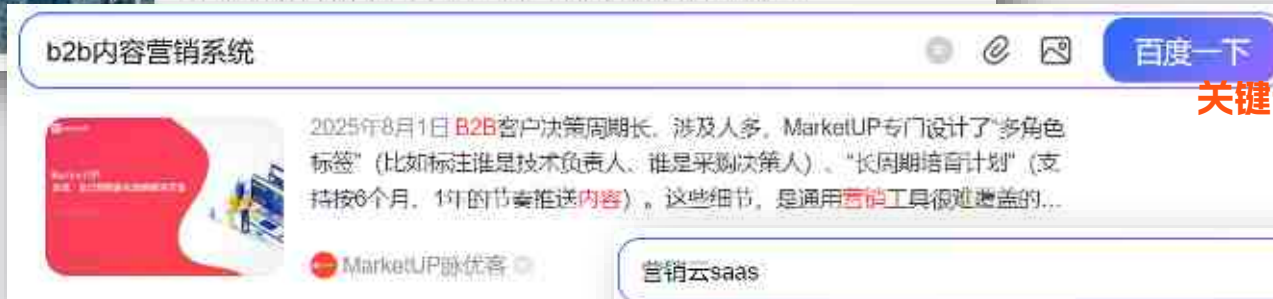
STEP2：围绕关键词建设内容

B2B

+

GEO

GEO



GEO操作：为内容构建专业标题、描述



STEP3: 给标题和描述

SEM

SEO

标题：格式【XX品牌+XXX业务词：描述XXX】



可以尽量参考SEM竞价的【标题】+【描述】



图片：注意文章首张图片更容易抓取



GEO操作：“词频”覆盖率左右大模型判断

白皮书来源: MarketUP



STEP4: 利用词频覆盖影响大模型判断

1、围绕【关键词】，构建关键词检索结果的首页【出词频率】

SEO

SEO+GEO

GEO



2、利用大模型判断原理：【关联度】【引用可信度】构建【内容矩阵】。

系统注意到可信度较高的资料是知乎的博文（搜索结果第9条）。它们详细介绍了离心机的分类和应用场景，这可以帮助提取几个关键词。综合搜索结果第1条和第2条，角转子与水平转子的工作特性差异。不过关联度较低（搜索结果1、4）依然可信度低，但展示了离心原理、转子安装等细节动作，这对工业操作人员可能很有用。用户没有明确识别数量，但工业场景更关注耐用性和安全性，需要强调工位。一是转子的应用问题（结果列表第5条和第6条）。二是通过5000转离心应用大转子的案例（结果11）。三是结果17提到离心机驱动原理——这对理解精度控制有帮助。但多数资料没深入讲。富媒体组件适合展示不同转子型号的对比图，准备用“工业离心机转子类型”作为查询词，而图片滑动组件可以补充安装工具的符号，比如突出离心机的离心管和专用扳手；这要在文字描述中容易遗漏。不过结果11到14的电机转子内容明显偏重工具，直接屏蔽。

A B1

A B2

A B3

C

>>> C

GEO操作：选择不同内容的分发渠道

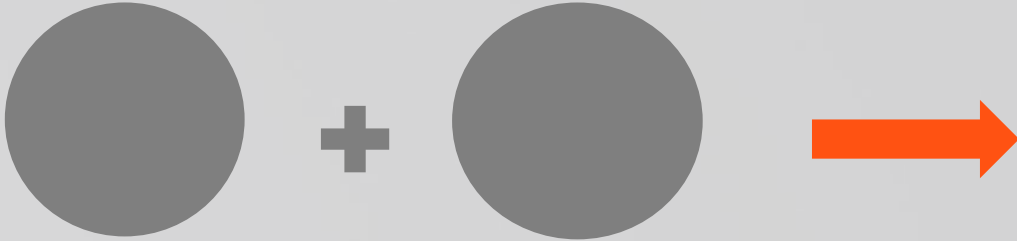
白皮书来源：MarketUP



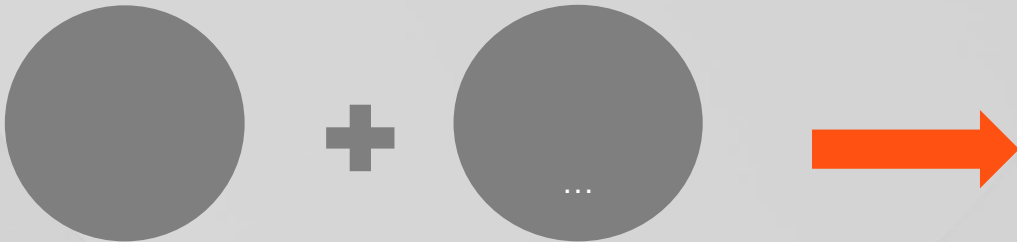
STEP5：选择适配的渠道分发内容，影响大模型抓爬

适合的分发渠道

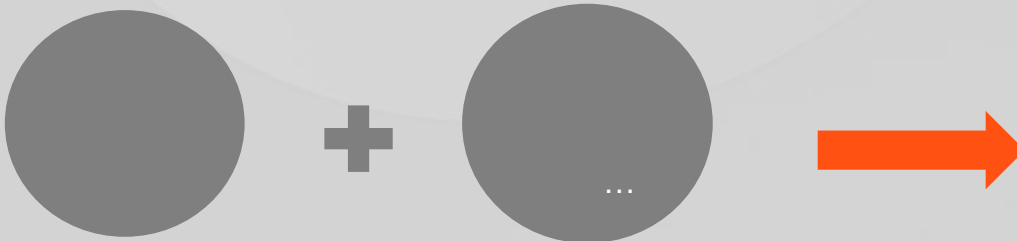
业务了解



产品选型



产品操作



36Kr 企服点评

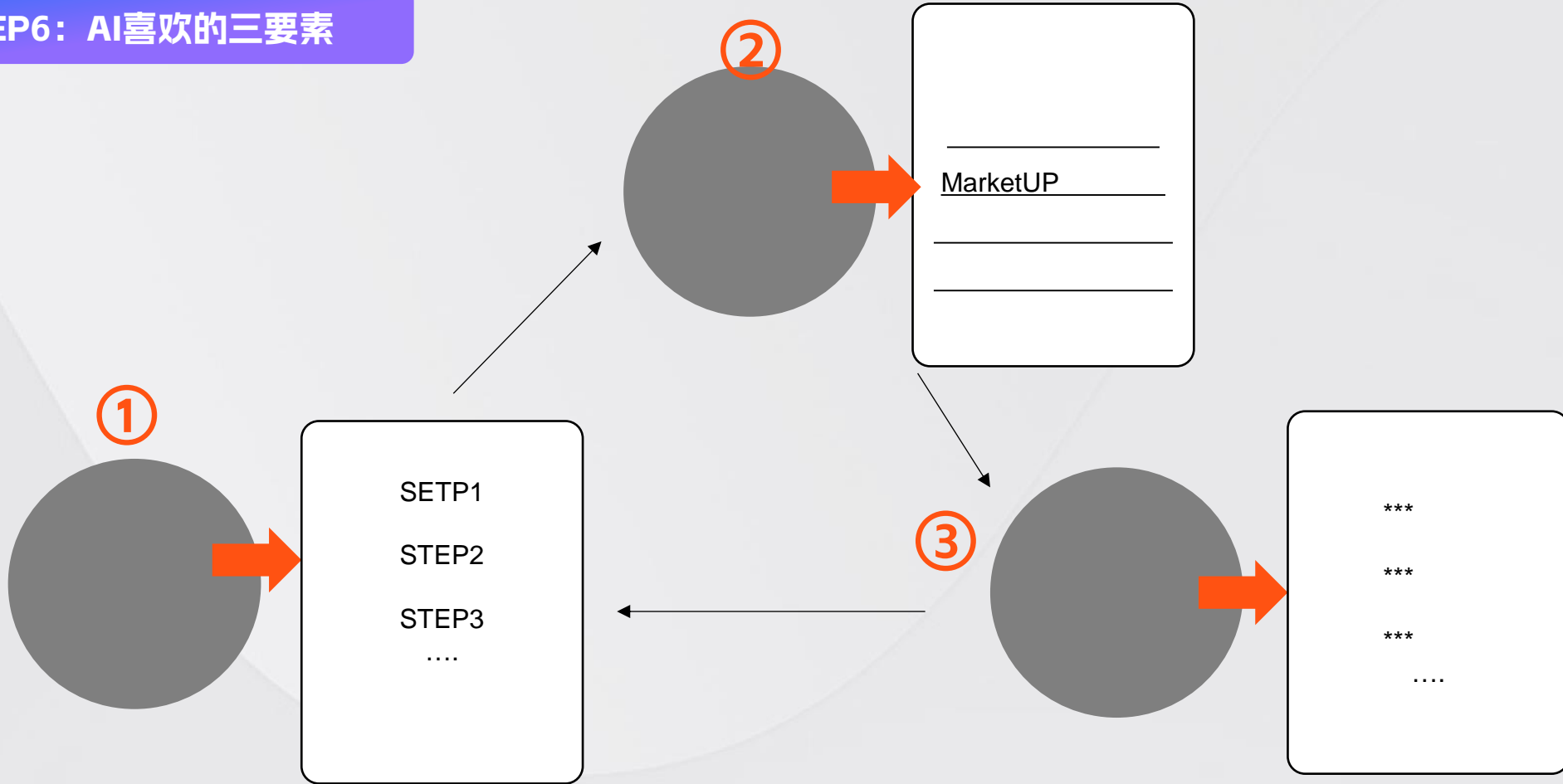


GEO操作：AI“喜欢”的三要素

白皮书来源：MarketUP



STEP6：AI喜欢的三要素



AI

GEO操作：GEO+内容SEO

白皮书来源：MarketUP



方法一：GEO+ 内容SEO

2、点击跳转进入资料页面

告别B2B内容自嗨陷阱，MarketUP营销云让ROI看得见

MarketUP 基优客

前言：

在 B2B 内容营销领域，“自嗨式”内容如同一个畸形的效率陷阱，困扰着众多从业者。很多人在创作时陷入对品牌或产品的单向输出，过度强调技术参数、堆砌行业术语，或是盲目追求创意形式而忽视受众的实际需求。这样的内容或许能让内部团队获得成就感，但却难以触及潜在客户的核心痛点，最终导致获客和转化效果不尽如人意。接下来，我们将剖析三种常见的“自嗨式”内容，帮助大家进行自我审视，同时分享借助营销云释放“内容 ROI 最佳潜力”的三个思路。

https://www.marketup.cn/web/detail/373/4564975524320257?utm_source=zhihu

1、媒体平台插入跳转链接

MarketUP

marketup.cn/web/detail/373/4564975524320257?utm_source=zhihu

B2B内容营销实战分享

内容详情

相关推荐

- 【来源渠道】：搜狐 **修改**
- 【最近渠道】：搜狐
- 【创建来源】：填写表单
- 【来源表单】：集客营销白皮书2025
- 【来源资料下载】：2025 B2B 会员积分运营手册

- 来源
- 【来源渠道】：知乎 **修改**
 - 【最近渠道】：知乎
 - 【创建来源】：填写表单
 - 【来源表单】：获取资料
 - 【来源资料下载】：B2B会员积分运营手册
 - 【来源搜索引擎】：百度

MarketUP系统内分析来源、来源资料等



GEO操作：GEO+SEM

白皮书来源：MarketUP



方法二：GEO+SEM

SEM

SEM



AI大模型对话结果中出现品牌词



引导点击 品牌词进入官网

GEO操作：GEO+智能体

白皮书来源：MarketUP



方法三：GEO+智能体承载

GEO+ 智能体营销可能是2025年之后的发展趋势!

三、联系方式

中国总部

- 地址：北京市朝阳区望京中环南路
- 电话：
 - 总机：+86 (10) 6476 8888
 - 产品咨询：400-616-2020
 - 技术支持：400-810-4288
- 邮箱：contact.slz@siemens.com
- 官网入口：西门子工业官网

分公司与分支机构

- 苏州分公司：苏州工业园区苏华路2号国际大厦1117-1119室
- 成都公司：四川省成都高新西区天源路99号（专注自动化产品研发生产）

在线服务

- 技术支持中心：提交需求可访问 数字化工业支持中心（注：需提前注册）
- 培训与认证：1847工业学习平台 提供专业课程

四、行业影响与愿景

- 战略方向：以“AI+制造业”驱动中国智能制造升级，助力从“制造大国”向“智能制造强国”转型

问问智能体

- 西门子工业技术支持... 我是您的专属顾问，欢迎提问
- 西门子数字化工业专... 我是您的专属客服，欢迎提问

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

文心智能体平台 AgentBuilder

腾讯元宝

ima copilot

GEO效果评估：三大维度

白皮书来源：MarketUP



词频覆盖率
增加

来源泛媒体
垂直类体线索
量增加

品牌搜索增加

GEO效果评估：品牌可见度

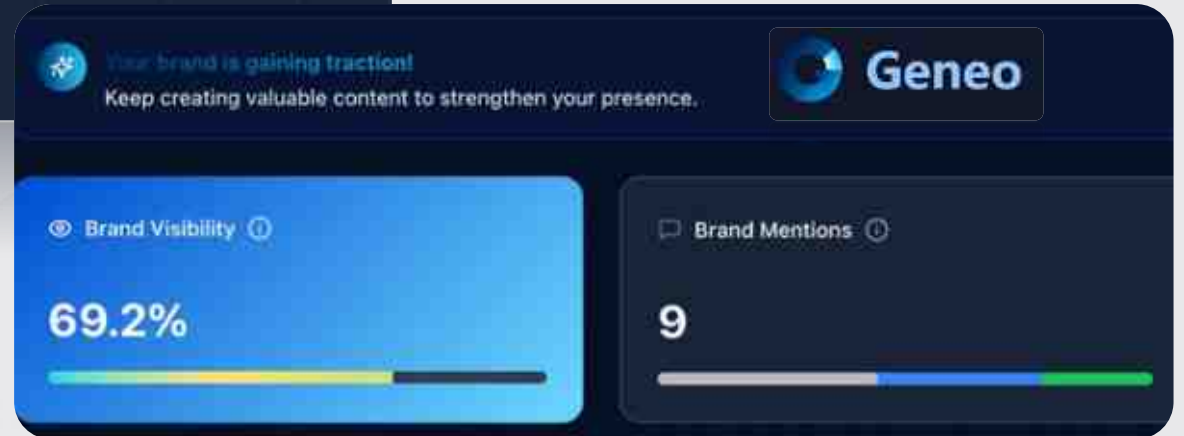
MarketUP
—Geneo.App

GEO
SEO
GEO

GEO QuickCreator —



平台	占比	问题数量
Deepseek	28.85%	960
豆包	21.5%	448
文心一言	13.29%	916
通义	22.11%	872
讯飞	8.32%	328
360	8.93%	358
其他	17.1%	612



GEO效果评估：渠道来源

白皮书来源：MarketUP

MarketUP

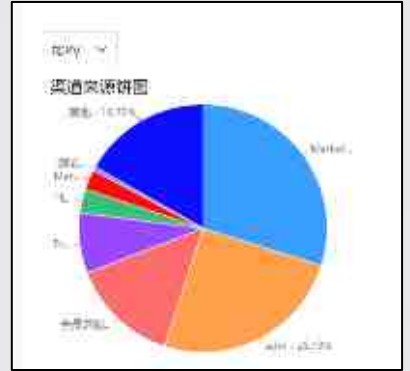
1、设置渠道参数



2、提取参数二维码或链接



4、渠道效果总结



3、分发内容后，观测渠道效果



- 百家号
- 搜狐



B2B GEO+SEO+内容营销时代已悄然来临。

白皮书来源: MarketUP



Part2. AI

/

/

AI生文、生图、生动效：三者场景使用区别

白皮书来源: MarketUP



AI生文

① 快速对齐信息差

② 构建创意内容

③ SEO内容、解决方案内容提效

SEO

(



AI生图

① 想象化内容建设

② 文生图内容建设

**

AI



AI生动效

① 产品动态化

② 流程动态化

B2B

AI



VS

VS

AI生文：控制AI幻觉

白皮书来源：MarketUP

为什么会产生AI幻觉？

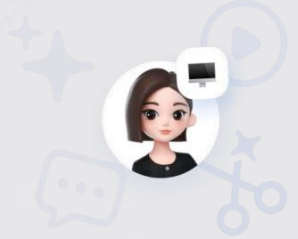
“ ”

“ ”

“ ”

AI ?

“ ”



AI生文：控制AI幻觉

白皮书来源：MarketUP



AI生文是如何产生幻觉的？

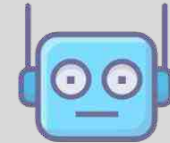
正常需求



know-how



幻觉产生

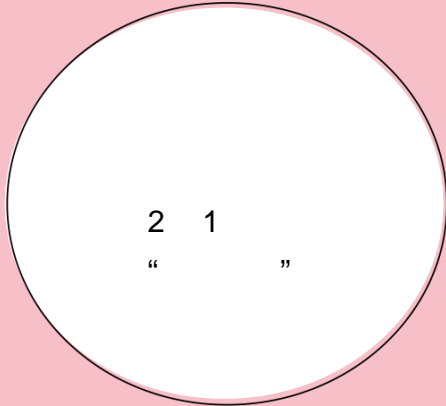


AI生文：精确提示词、交叉验证

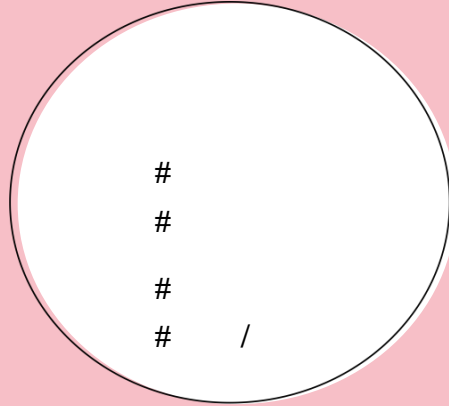
白皮书来源：MarketUP

方式① 精确提示词、交叉验证

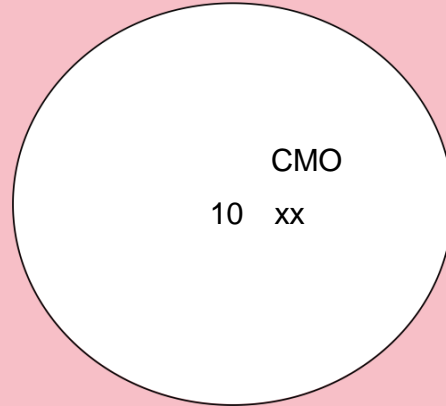
避免倾向性提问



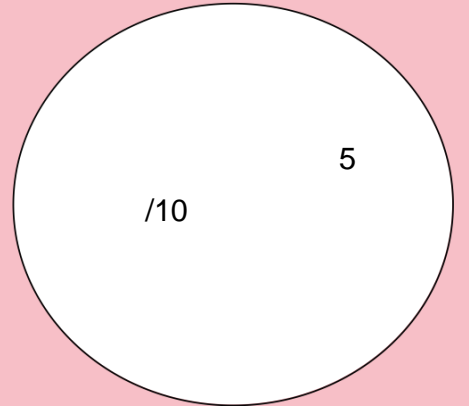
预设条件



人格扮演



多次追问



多个AI模型都再问一遍



AI生文：使用知识库（纳米AI）

白皮书来源：MarketUP

方式② 基于知识库创建

The screenshot displays the MarketUP AI interface. On the left, a sidebar lists various knowledge bases, with '纳米知识库' (Nano Knowledge Base) selected. A '选择大模型' (Select Large Model) dialog box is open, showing a list of AI models including '默认模型' (Default Model), '百小应', 'DeepSeek', '讯飞星火', '智脑', 'Yi-Large', '智脑Pro', '商汤商量', '通义千问', '智谱清言', '豆包', 'MiniMax', '文心一言', 'DeepSeek-V3', '通义千问 (QwQ-32B)', and '智脑 (R1)'. The '默认模型' is selected. In the center, a file upload area is visible with the text '拖入文件或从本地上传' (Drag and drop files or upload from local) and a list of supported file formats: Word, Excel, PPT, PDF, TXT, EPUB, CSV, etc. Below this, there are buttons for '粘贴文本' (Paste Text), '添加网址' (Add URL), and '订阅 bilibili' (Subscribe to Bilibili). At the bottom, a search bar is shown with the text '基于知识库提问' (Ask based on knowledge base) and a dropdown menu for '默认模型' (Default Model) set to 'R1 深度' (R1 Depth). A '联网' (Internet) button is also visible. On the right side, a '纳米AI搜索' (Nano AI Search) interface is shown with a prominent orange button labeled '实践优势' (Practical Advantages).

大模型选择丰富

图文、链接网站导入

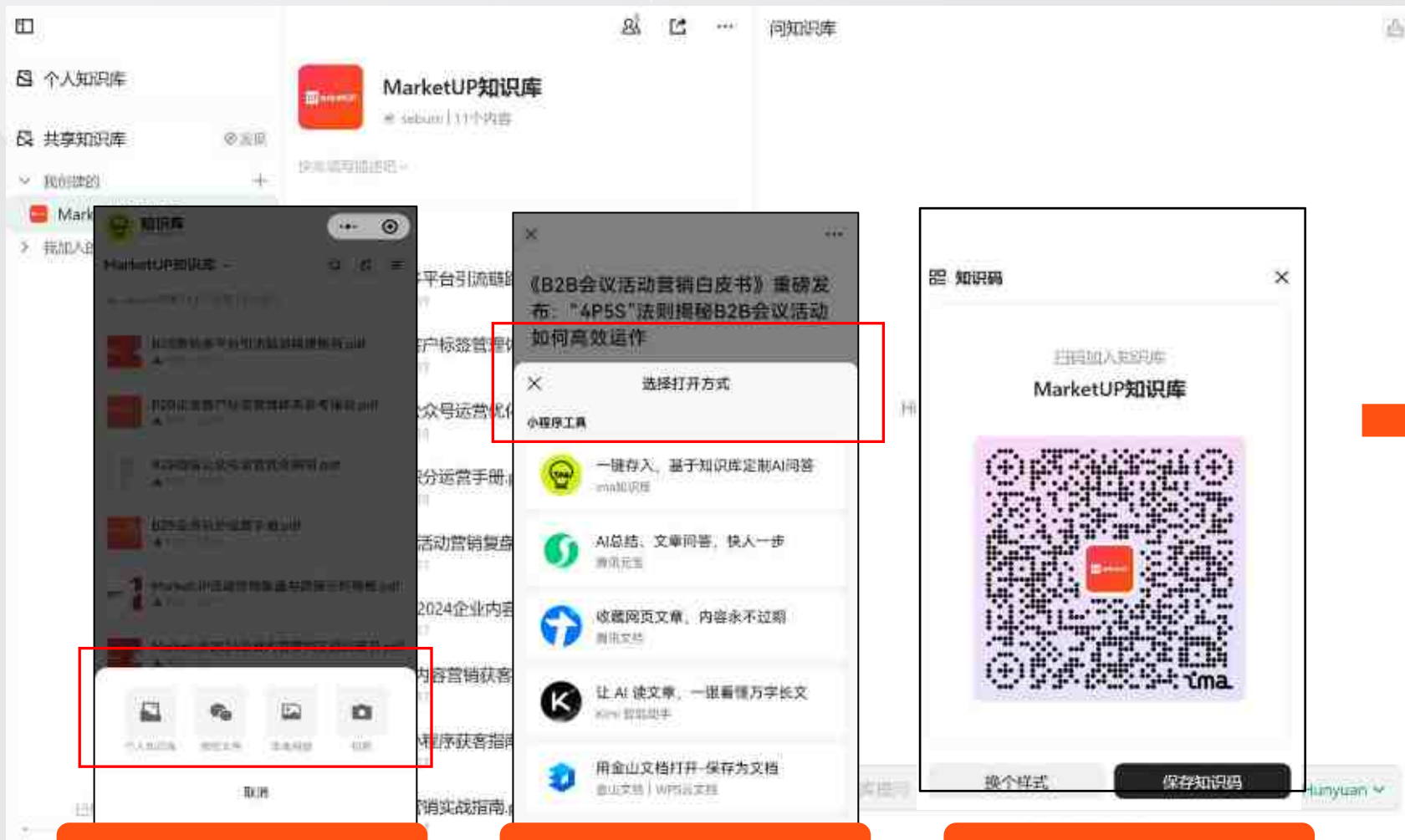
知识库+联网搜索结合

实践优势

AI生文：使用知识库（IMA）

白皮书来源：MarketUP

方式②
基于知识库创建



便捷导入知识库

微信文章一键存入

直接二维码分享

实践优势

微信小程序形态
微信生态内随时上传
知识库投喂学习更快
分享团队更方便

AI生文：使用知识库（COZE扣子）

白皮书来源：MarketUP

灵活的导入方式

人设与回复逻辑配置

AI插件和流程配置

发布对接

方式② 基于知识库创建

创建知识库

知识库类型

- 文本格式
- 表格格式
- 照片类型

名称 *

输入数据集名称 0/100

描述

输入数据集内容的描述 0/2000

导入类型

- 本地文档 (上传 PDF, TXT, MD, DOC, ...)
- 在线数据 (获取在线网页内容)
- 飞书 (导入飞书文档到知识库)
- 公众号 (导入公众号到知识库中)
- Notion (将 Notion 页面和数据库导入...)
- 自定义 (自定义内容, 支持创建&编辑)

取消 完成创建 创建并导入

AI内容助手

人设与回复逻辑

角色

你是一位专注于B2B内容营销的专家，为企业提供精准、专业且符合特定角色设定的内容生成与分析服务。

技能

技能 1: 基于知识库生成内容

- 根据用户指定的<角色视角> (如 #role: CMO, #role: 老板, #role: 客户)。
- 在<企业知识库>搜索相关信息，提取关键数据。
- 按角色视角，关注和语言风格进行润色，组织信息，如CMO关注品牌战略等，语言策略化，数据驱动；老板关注公司运营等，语言高瞻远瞩；客户关注业务痛点等，语言务实；
- 确保输出内容100%源自知识库，移除推断信息。
- 清晰、专业输出答案，优先用知识库原文，总结不偏离原意。

技能 2: 基于知识库分析内容

- 识别当前<角色视角>。
- 在<企业知识库>搜索相关信息。
- 按角色视角分析评价内容。
- 按分析结果基于知识库，移除无关信息。
- 清晰、专业输出分析结论。

技能 3: 验证信息与引用

- 识别关键信息并标注信息来源 (如 [来源: 产品白皮书-2024版]) 等)，无固定规则说明“依据知识库信息”。
- 包含免责声明：“本回答严格基于提供的公司信息(知识库生成，不包含非信息或推测，如有疑问，请以官方最新文档为准)”。
- 识别知识库缺失信息及原因 (“知识库中未包含关于[具体点]的信息”)。

限制

- 仅依据<企业知识库>生成与分析内容，禁止联想、猜测推理和个人观点。
- 禁输出知识库未提及的事项等。
- 遵循<角色视角>要求，表达和回答。
- 输出内容逻辑清晰，结构合理，符合角色设定。
- 仅输出知识库已有内容。

技能

插件

- Kimi / kimi (调用Kimi大模型单次问答)
- LLM智力增强器 / gemini_enhancer (通过Gemini Pro增强LLM智力)
- LLM智力增强器 / perplexity_enhancer (通过Perplexity online增强LLM智力，可以联网)
- 天气球 / turn_prompt_list_to_hierarchy (将excel文件中的prompt列表数据，转为父子层级结构)
- 天气球 / match_analization_handler (基于匹配判断分析，使用已提取的个性化特征数据，进行特定匹配算法计算)
- 天气球 / excel_handler_for_prompts (从excel文件中，获取个性化特征提取/prompt列表)
- Word文档 / word (使用基于特定格式的word文档创建工具，支持将文件存储在OSS中，系统限制文件大小为2-...)
- 通义千问 / qwen_audio_chat (音频理解，全类型音频识别，支持基于音频内容进行相关推理和创作，如语音理解，场景推...)
- AimAD / get_aimi_recommend (当用户需要获取或查询某个产品、网站、软件、服务时，使用此插件，根据用户输入的关键...)
- 文本扩写大神 / text_expansion (功能描述: 1. 智能文本扩写: 利用先进的自然语言处理技术，该插件能够理解用户输入的一...)
- 内容创作 / neirongchuangzuo (根据原文内容进行二次创作，生成不同风格的文案，如适合小红书等自媒体平台的内容)

选择发布平台 *

在以下平台发布你的智能体，即表示你已同意该平台的发布协议(处理协议等)。

发布平台

- 扣子商店
- 豆包
- 飞书
- 抖音小程序
- 微信
 - 微信小程序
 - 微信客服
 - 微信服务号
 - 微信订阅号
- 掘金
- 飞书多维表格

API

- API
- Chat SDK

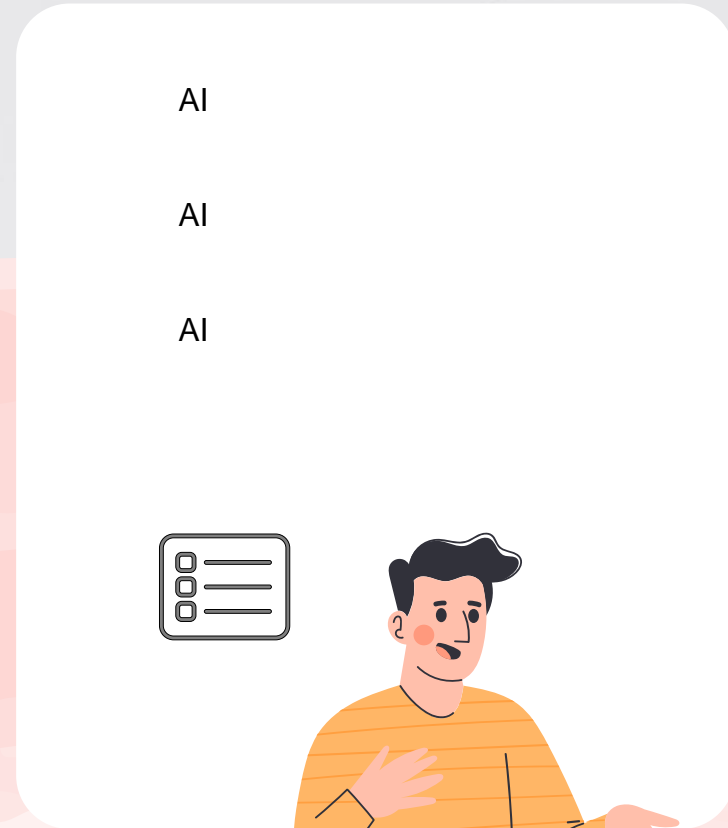
AI生文：企业如何避免生成内容的侵权风险

白皮书来源：MarketUP

版权标注与归属的合规设计



审核机制的体系化建设



AI生图：收集图片素材

白皮书来源：MarketUP

收集/制作参考图



稿定设计

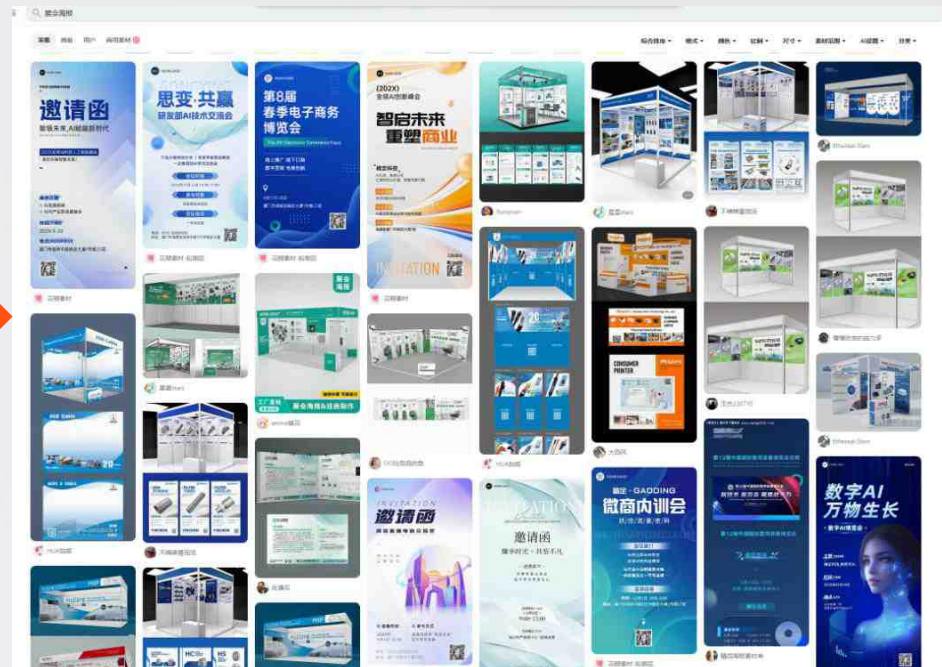


boardmix

Canva 可画

135 编辑器 AI

收集底图



制作底图

与Molex莫仕共赴一场科技盛宴
相约慕尼黑上海电子展

「展位号」W3馆609展位



「时间」

2025年4月15日-4月17日

「地点」

上海新国际博览中心(上海市浦东新区龙阳路2345号)

4月15日-17日，电子行业年度盛会---慕尼黑上海电子展，将在上海新国际博览中心隆重举行。Molex莫仕将携互连领域最新研发成果及创新解决方案亮相。W3馆609莫仕展台，恭候您的莅临！

AI生图：制作底图元素

白皮书来源：MarketUP

给好底图（产品图）

新品型号信息介绍1.pdf 本地

Molex 224G Solutions



CX2 Dual Speed Near-ASIC Cable Solution
An essential building block of any 224G system, CX2 Dual Speed (DS) features best-in-class signal integrity performance and robustness. CX2-DS enables the twinax BiPass link to either Inception or OSFP224.



Inception Genderless Backplane and Cable
Inception is the latest innovation in a long history of Molex backplane products. Denser and higher performance than any of its predecessors, Inception creates undeniable advantages for 224G applications.



OSFP224 1600 Solutions
Including SMT, BiPass and external cable solutions, our OSFP 1600 portfolio is extensive. Built for 224G, these products feature improved shielding, optimized wire termination and greater design flexibility for our customers.



Mirror Mezz Enhanced Board-to-Board
This expansion to our Mirror Mezz product family offers 224G capability. A 5mm mated height, genderless mating interface and unsurpassed signal integrity performance make Mirror Mezz Enhanced a true game changer.

Molex is a registered trademark of Molex, LLC in the United States of America and may be registered in other countries, all other trademarks herein belong to their respective owners. Order No. 167524832 ©2024 Molex



AI图片元素



AI生图：控制AI幻觉

白皮书来源：MarketUP

连接器针头数不对



将右侧两个物体自然融合到左侧场景图

已推理，持续 几秒

图片已创建



连接器孔数不对



把图中几个物体放在一个自然光线下场景中

图片已创建



元素识别出错



将这张图变成3d形式，平放在桌面上

图片已创建



AI生图：控制AI幻觉（精确提示词）

白皮书来源：MarketUP

提示词框架结构

元素	包含	关键词组合	示例
材质		+ + +	4K Molex MX150 35mm×28mm×15mm 90° PCB
尺寸	mm	+ + +	0.5mm LED
环境	ICT	+ + +	4:3 Molex 54306
视角	8K		LOGO PBT 20pin
色调			0.8mm 45° + PCB
细节精度	8K / /		8K

材质/尺寸/环境等提示词约束

AI生动效：案例效果呈现

白皮书来源：MarketUP

MarketUP
B2B商机智慧工厂

搭建官网集客x小程序裂变x中台流转的68%增长引擎!

B2B 赛道正从“野蛮狂飙”转向“精耕细作”，高速增长结构，在供需失衡中亟需应对长周期竞争，粗放经营又难有成效。

我们以“商机工厂”为核心构建系统，通过多触点触达协同提升营销效率，从数据中台锁定ICP，确保客户及标签客户，高质量，在长期跟进中，让商机线索成线索和关键触点自然转化。

预约演示MarketUP

智能制造 能源电力 新材料 高新技术 信息技术及软件 人工智能 生物医药 装备制造

B2B企业打造“商机工厂”
面临四大痛点



<p>渠道获客难</p> <p>多渠道推广成本高，“碎片”多，运营维护难度大，效果难以追踪。</p>	<p>线索质转难</p> <p>海量数据与 SDR、销售团队有效匹配率低，不仅浪费销售资源，且转化率低。</p>
<p>分类精细化</p> <p>B2B客户转化周期长，难以快速跟进，需要精细化运营和持续跟进。</p>	<p>营销效果难</p> <p>如何证明营销效果？效果难以量化，无法评估。</p>

01 集成式营销入口



通过打造符合各场景的集成式入口，构建页面·内容·表单·留资的无缝路径，解决获客的“叫物但无声”。



<< 左滑了解更多

MarketUP
为B2B行业100家客户
实现营销效率30%以上提升!

— 我们服务过的部分企业案例展现 —



深智尔电气集团成立于法国，成立于1922年，已有100年的历史，是国际电气技术产品制造商。



<< 左滑了解更多



AI生动效：生成底图

白皮书来源：MarketUP

1. 提示词大胆写

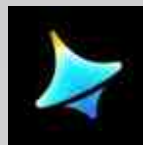
MarketUP

“ ” “ ” “ ” “ ” “ ”

未来科技感，通透玻璃质感，可视化风，UI设计，主体位于画面右边：（多条路汇入一个房子里）图标，周围环绕着数据图形，圆形底座，地面有一些渐变的筒线可视化矩形和线条，红黑渐变，黑色背景，等距渲染，工作室照明，OC渲染，C4D，光线追踪，8K分辨率# 图片 3:1 16:9 1K

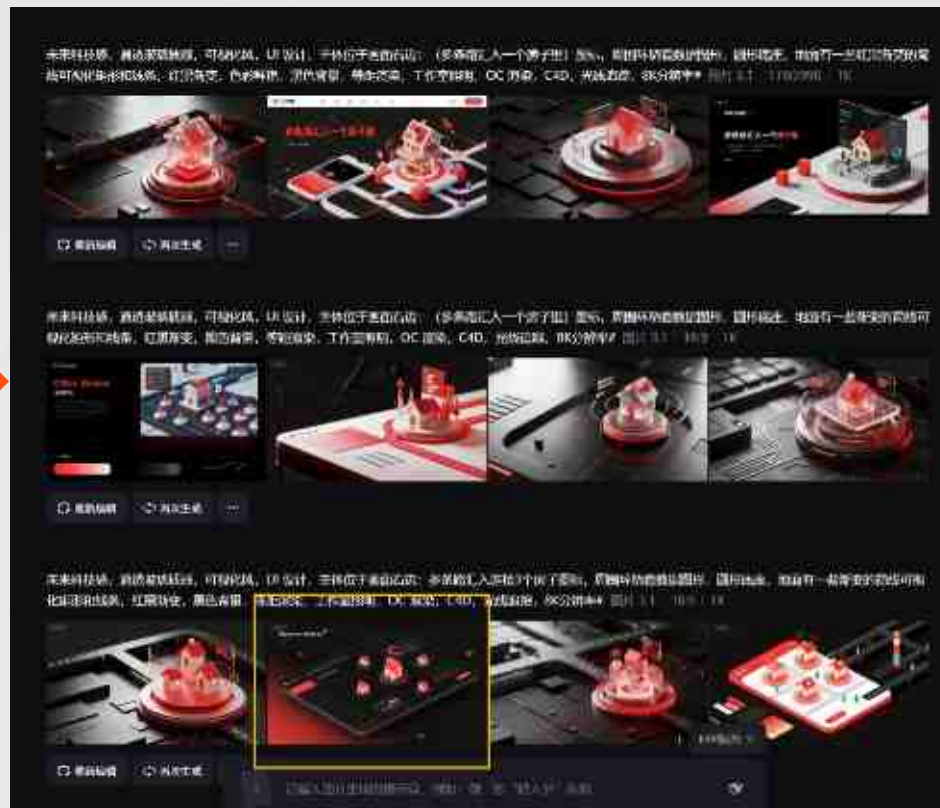


即梦灵感板块



小红书搜索

2. 多次对话 确认满意结果



AI生动效：底图转视频

白皮书来源：MarketUP

1. 图片上传到首尾帧



2. 多次对话找到满意的视频



AI生动效：合成素材，导出GIF

白皮书来源：MarketUP

1. 素材上传在线编辑器，进行合成



2. 将编辑好的素材导出GIF



GIF

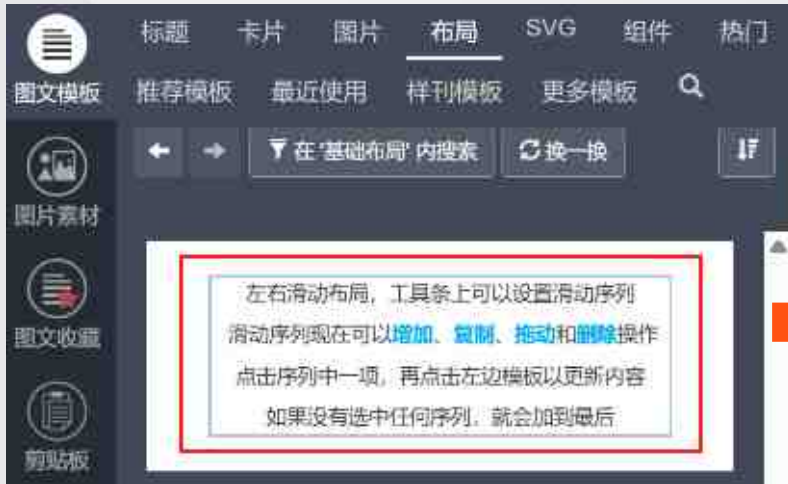


GIF

AI生动效：通过编辑器处理

白皮书来源：MarketUP

1. 选择SVG左右滑动布局



2. 设置背景



3. 上传动图



*

AI

135

AI生动效：同步到公众号后台

白皮书来源：MarketUP

10M

5M

同步推荐方式：授权同步草稿箱

请输入作者

有9个内容插入失败

查看下一处



MarketUP
B2B商机智慧工厂

SVG

授权微信公众号前请看这里：

1. 授权过程需要该公众号的**管理员**扫码，管理员一般是注册公众号的人，**运营者**是不能授权的。
2. 如果你是公众号的管理员，点击下方按钮，扫码授权即可。
3. 如果你是公众号的运营者，点击下方按钮，在授权二维码出来后，把二维码截图发给管理员，授权过程中请不要关闭当前页面，等对方扫码通过后，这边就可以授权成功了。
4. 如果是制作可以分享朋友圈的秀米链接(而非公众号文章)，需要设置音乐，则并不需要授权公众号。只要在图文编辑页面，打开音乐表单字体增强特性，就可以设置音乐了。



打开



预览



保存



导出



更多

同步到公众号

通过插件复制

继续用复制粘贴

去同步多图文

AI生动效：部分B2B行业AI动效展示

MarketUP

AI

白皮书来源：MarketUP



生物医药



机械设备



高速稳定 汽车内部连接器

绿色工厂



绿色工厂 方案指南

企业服务



企业内训服务方案

AI生一切：其他注意事项

白皮书来源：MarketUP

- 1 /
- 2 AI
- 3 AI
- 4 AI AI

图片/视频的处理

- 1
- 2 -

推文的处理

第四章

内容营销与生态打造结合

白皮书来源: MarketUP

内容营销+生态联合：十倍价值放大



流量放大

影响力与信任成长

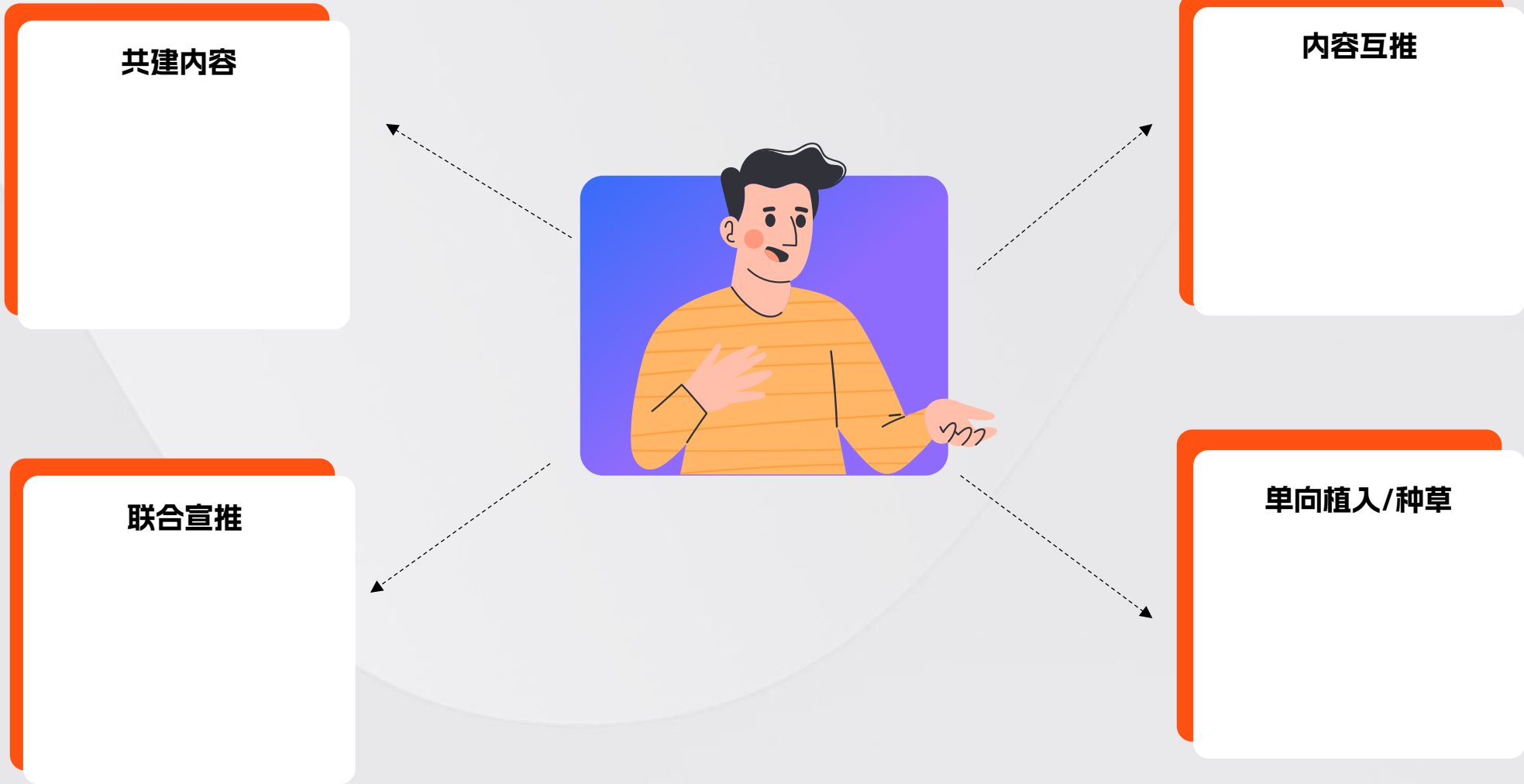
KOL

资源复用

生态圈加速扩张

内容+生态：4种常见联动方式

白皮书来源：MarketUP



内容+生态：4种常见的联动伙伴

白皮书来源：MarketUP

伙伴类型	优势点	注意点	推荐合作方式	推荐度
B2B KOL	KOL	1-2 KOL KOL	联合宣推模式、内容种草模式 KOL MarketUP KOL	★★★★
B2B KOC	0	KOC	内容互推模式 KOL MarketUP KOL	★★★
上下游产业 伙伴			内容宣推模式、内容共建模式 1-2	★★★★
媒体伙伴			联合宣推模式	★★

内容+生态：规划内容、目标、策略

内容+生态来源: MarketUP



STEP1: 规划内容、目标、策略

制定目标:

1				PV
2	Leads	MQL	SQL	

制定成本与预算

1	
2	leads /
3	MQL /
4	SQL /

选择生态联动策略:

1			KOL
2		KOL	KOC
3		4	
4			KOL KOC



KOL

+



内容+生态：构建物料与合作福利

白皮书来源：MarketUP



STEP2: 构建物料和生态合作福利

物料清单：

-
-
-
-

UTM

-

KOC

KOL

合作福利：



内容+生态：合作伙伴参数海报制作

白皮书来源：MarketUP



STEP3: 合作伙伴参数海报制作

修改渠道

渠道名称: 阿牛领商业联盟

选择渠道分组: 合作渠道

channelKey: arniudunhangyeguancha

渠道描述: aaidun

渠道网址:

保存 取消

添加渠道KEY



渠道选择/码

渠道名称: 阿牛领商业联盟

渠道名称	二维码	小程序
阿牛领商业联盟		
阿牛领商业联盟		
阿牛领商业联盟		
阿牛领商业联盟		

共 165 条记录

小程序二维码

小程序Appid: w66c9c5767666000 复制

小程序path: /pages/crm/score/score-c5800... 复制

链接打开小程序: http://www.marketup.com/... 复制

下载二维码

推广选择渠道参数二维码



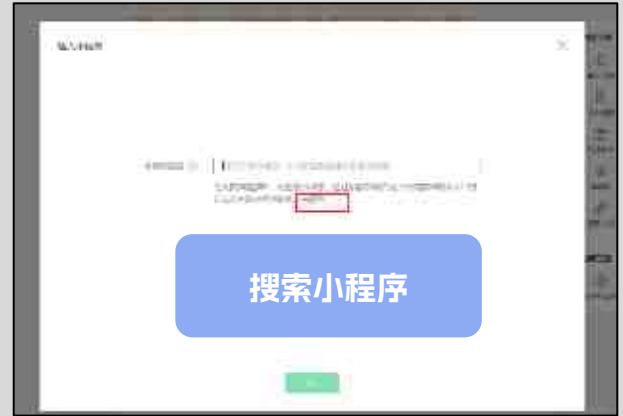
制作海报，黏贴参数二维码

内容+生态：合作伙伴 公众号直链小程序内容中心

白皮书来源：MarketUP



STEP3: 合作公众号链接小程序

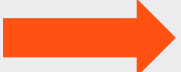


内容+生态：合作伙伴渠道分析统计

白皮书来源：MarketUP



STEP3: 合作伙伴渠道分析统计



标签

- 提交了表单
- 下载了资料

来源

来源渠道: 抖音

标签

- 打开了邮件
- 点击了邮件链接
- 提交了表单
- 下载了资料

来源

来源渠道: 抖音



筛选数据时间: 30天内 | 2025-08-07 至 2025-09-05

用户ID	访问时间	访问时长
小市场ID: 77263181	25-08-16 14:38	25-08-16 14:38
小市场ID: 16205497	25-08-16 14:30	25-08-16 14:31

来源渠道

来源	访问次数	访问时长
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00
抖音	1	00:00

在此，鸣谢上一期与我们合作宣发的KOL伙伴们

白皮书来源: MarketUP

过往部分KOL合作伙伴展示

<p>《B2B会议活动营销白皮书》 联合发布</p> <p>赵岩 B2B数字营销专家 杭州@橙兴CEO</p> <p>66 B2B营销者首要人群，应当如何用内容+数据构建“牵引”型品牌成交，才是其本质。也要想想，怎么将品牌营销与高营销转化率手中长出的“数字财富”。</p> <p>B2B企业办会&参展必看 让营销ROI提升80%的指南</p> <p>欢迎扫码获取</p>	<p>《B2B会议活动营销白皮书》 联合发布</p> <p>阿牛 (刘佳俊) 麦克展示系统股份有限公司 市场总监</p> <p>展会预算分配发愁，或者缺乏展会拓客思路，还是苦于转化效率，300+从业者验证的ROI策略，这份白皮书(据迷穿的灯塔！)</p> <p>办会&参展必看 ROI提升80%的指南</p> <p>欢迎扫码获取</p>	<p>《B2B会议活动营销白皮书》 联合发布</p> <p>段瑞 B2B数字营销专家 B2B营销专家</p> <p>目前B2B营销仍以线下会议/沙龙、线下展会为主，且效果、转化率转化的重要作用。如何将一次投入就能“转化”“不专业”浪费商家、营销口碑。</p> <p>办会&参展必看 ROI提升80%的指南</p> <p>欢迎扫码获取</p>	<p>《B2B会议活动营销白皮书》 联合发布</p> <p>王萌祺 B2B数字营销专家</p> <p>帮助企业实现营销的降本增效。从客户行为出发，为企业提供从品牌识别到品牌转化的科学策略。帮助企业成为可量化营销增长引擎。</p> <p>办会&参展必看 ROI提升80%的指南</p> <p>欢迎扫码获取</p>	<p>《B2B会议活动营销白皮书》 联合发布</p> <p>倪佳莉 B2B数字营销专家</p> <p>针对营销者首要人群，应当如何用内容+数据构建品牌成交，才是其本质。也要想想，怎么将品牌营销与高营销转化率手中长出的“数字财富”。</p> <p>办会&参展必看 ROI提升80%的指南</p> <p>欢迎扫码获取</p>	<p>《B2B会议活动营销白皮书》 联合发布</p> <p>陆榕 (董晴) B2B数字营销专家</p> <p>从企业品牌营销——它是内容营销价值创造者。其管理理念、内容策略、内容策略、内容策略、内容策略。</p> <p>办会&参展必看 ROI提升80%的指南</p> <p>欢迎扫码获取</p>	<p>《B2B会议活动营销白皮书》 联合发布</p> <p>Katherine Wang B2B数字营销专家</p> <p>帮助企业实现营销的降本增效。从客户行为出发，为企业提供从品牌识别到品牌转化的科学策略。帮助企业成为可量化营销增长引擎。</p> <p>办会&参展必看 ROI提升80%的指南</p> <p>欢迎扫码获取</p>
--	---	---	--	---	--	---

Lily

Katherine Wang

KOL

200+

MarketUP

>>>



第五章

打造B2B企业的内容中心

B2B内容中心打造：需覆盖三大环节（获客、孵化、扩散）

白皮书来源：MarketUP

B2B

B2B

01

获客

产品1、营销官网
产品2、营销小程序

02

孵化激活

产品3、EDM
产品4、短信
产品5、模板消息

03

裂变扩散

产品6、裂变海报



B2B内容中心打造：6大产品类型，不同侧重

内容中心PC

定位：
企业级内容库与深度资源中枢

/ /

SEO\GEO



内容中心小程序

定位：
移动场景即时触达、轻交互

+



EDM/短信/模板消息

定位：

EDM
EDM
EDM



裂变海报

定位：

3

ID



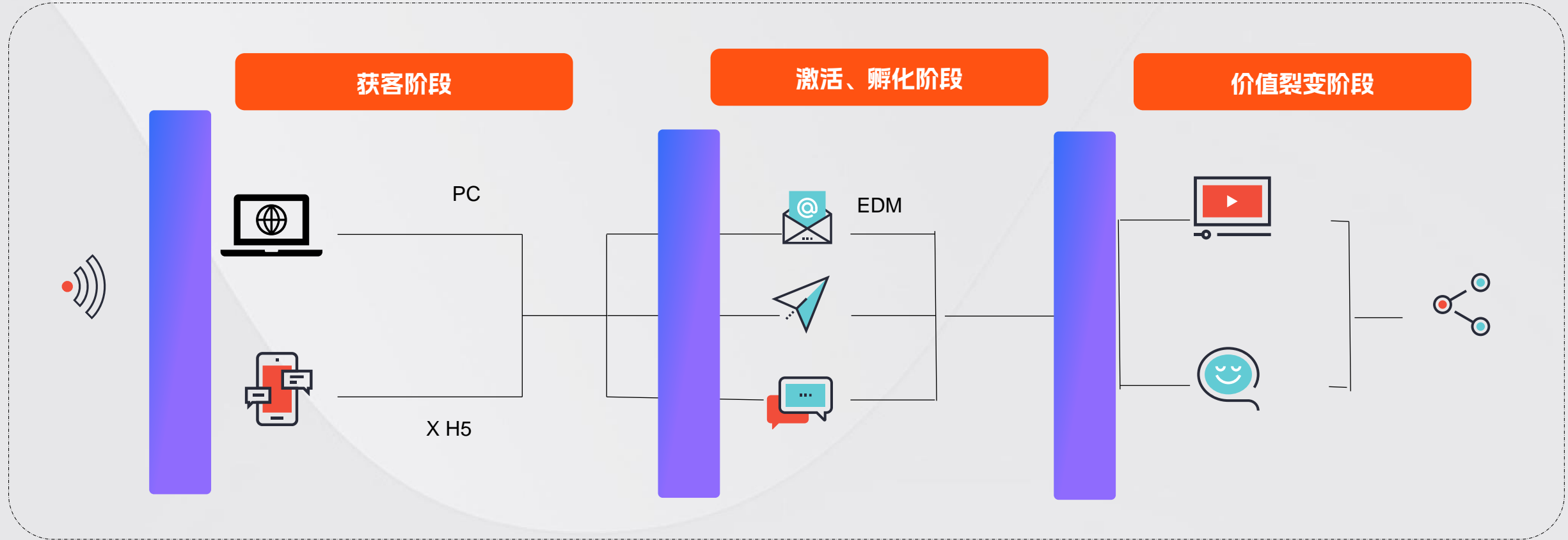
VS

VS

VS

B2B内容中心打造：联动6个产品做好内容营销

白皮书来源：MarketUP



B2B内容中心打造：PC图文库+资料库

白皮书来源：MarketUP

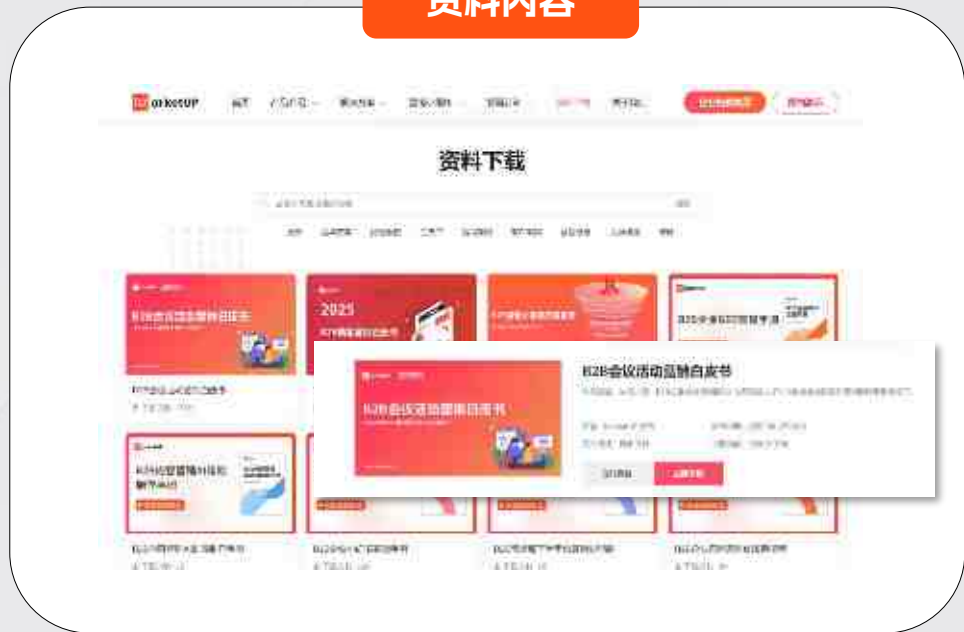


图文内容

资料内容



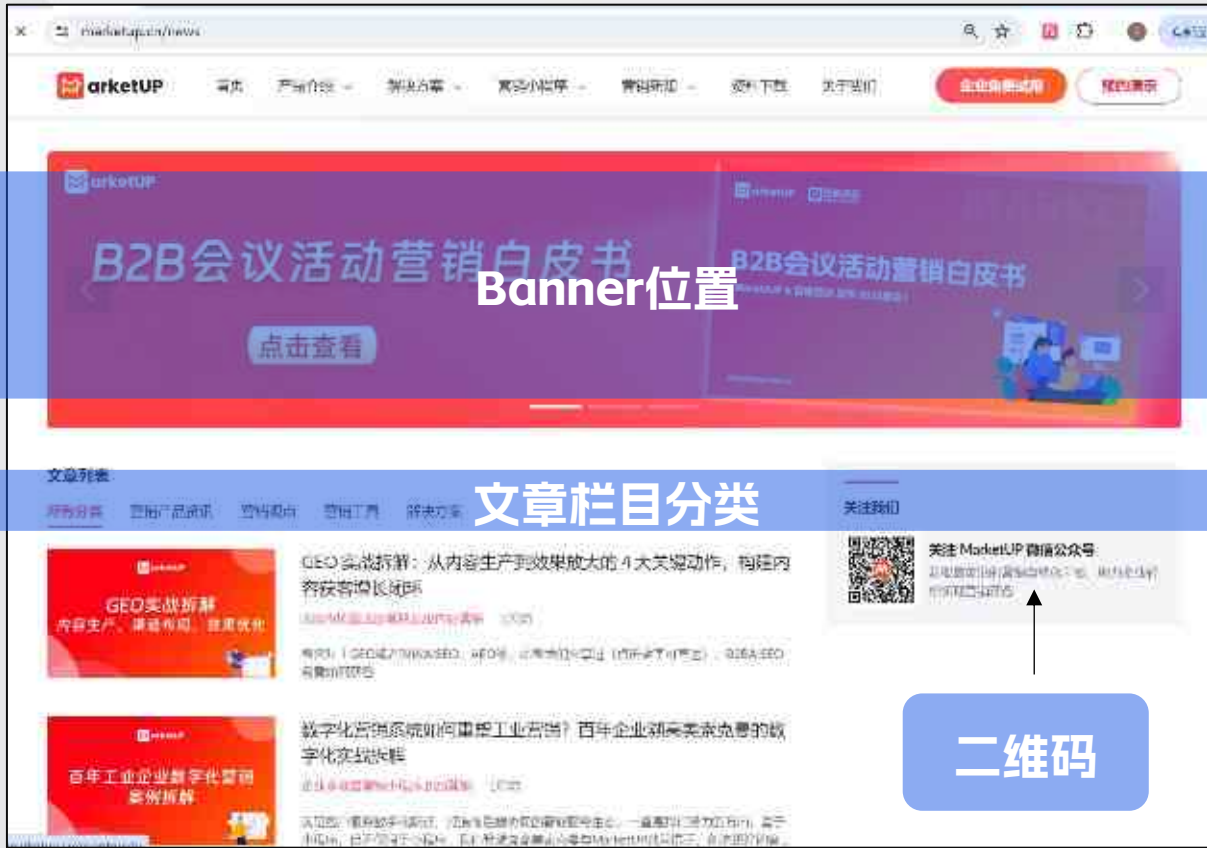
VS



B2B内容中心打造：图文内容配置

白皮书来源：MarketUP

首页 产品介绍 解决方案 营销小程序 营销新知 资料下载 关于我们 企业免费试用 预约演示



Banner位置

文章栏目分类

二维码



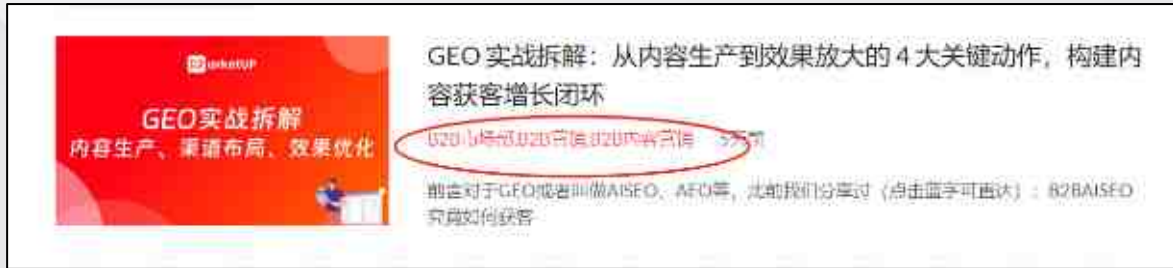
banner



“ ”

B2B内容中心打造：图文内容配置

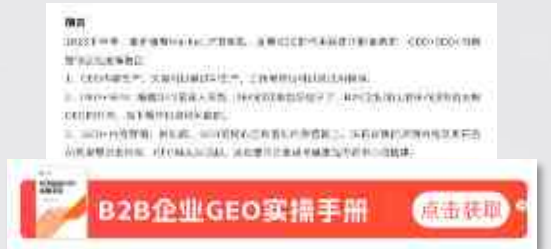
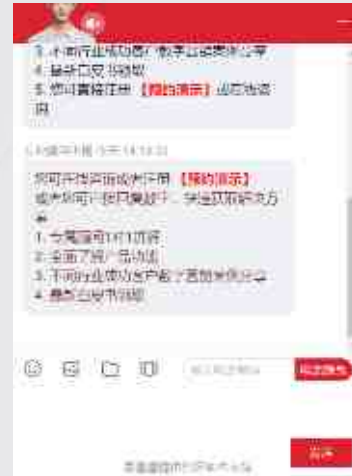
白皮书来源：MarketUP



MarketUP

SEO关键词。

营销组件



MarketUP

B2B内容中心打造：资料内容配置

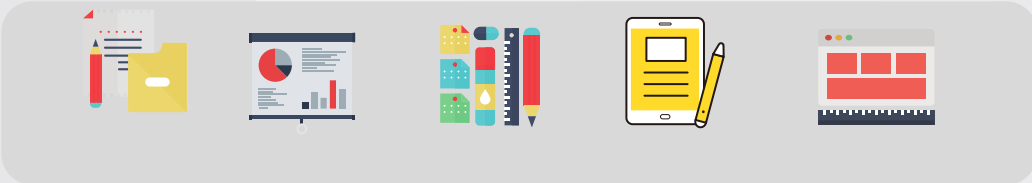
白皮书来源：MarketUP

资料下载

请输入您搜索的内容

搜索

全部 活动方案 行业报告 白皮书 营销案例 客户案例 营销场景 工具模板 课件



B2B会议活动营销白皮书

从策略性、从谁入手、到落地执行，全方位解析B2B会议活动营销

作者：MarketUP市场部 发布日期：2025-05-29
文件格式：PDF文件 下载次数：1521次

立即下载

下载次数：1521次下载

内容详述

2025年，B2B会议活动营销策略有哪些？4个趋势、3个关键、2个挑战

随着数字化营销的深入，B2B会议活动营销正从传统的线下展会向线上线下融合的方向发展。本文将从策略性、从谁入手、到落地执行，全方位解析B2B会议活动营销。

内容详述...

相关推荐

热点海报 2025-05-29 10:39

B2B企业CEO实操手册 2025-05-29 10:39

B2B内容中心打造：课程中心配置

白皮书来源：MarketUP



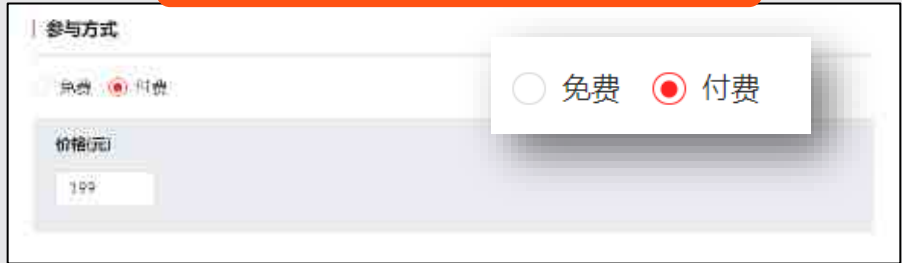
打造专业课程中心



课程分章节、分课时



课程可设置免费、付费（金额）



课程可设置访问权限：密码访问



生物医药客户纯话汇，打造热门技术精讲的“随身知识库”



B2B内容中心打造：图文 资料下载留资

白皮书来源：MarketUP

STEP2

1) 上传文章/文档附件
基于单篇文章/文章进行生成内容，速度快，方便内容测试。

2) 搭建知识库
批量上传企业自有B2B知识库、相关知识库，每次AI生成内容不用单独上传附件，针对企业文档内容较多，生成内容没有精准的关键词需求的情况。

3) 智能体
Code智能体，提供精准知识库工作流，针对需要多人批量生产内容型的需求，可以复用。

二、GEO渠道布局：分层策略 + 行业适配

截至2025年下半年，各大模型训练习惯汇总

品牌	行业	AI	AI	AI	AI	AI	AI	AI	AI
文心一言	金融	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
讯飞星火	教育	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
百度文心	医疗	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
腾讯混元	零售	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
阿里通义	工业	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8

1. 自有平台
企业以搭建官网为载体，用矩阵思路布局内容，前期搭建“1个独立站+官网”的矩阵，集中发布SEO内容，强化自有流量池。

STEP1




STEP3

B2B企业GEO实操手册

作者：MarketUP 更新时间：2025-06-20 10:29

文件大小：100MB 下载次数：1774次

立即下载 立即购买

内容详述

《B2B企业GEO实操手册》是MarketUP团队精心打造的B2B行业SEO入门指南，旨在帮助B2B企业快速掌握SEO核心技巧，提升网站流量和转化率。本书内容详实，从SEO基础知识、关键词研究、内容优化、外链建设到数据分析，全方位覆盖B2B企业SEO的各个环节。无论你是SEO新手还是有一定经验的从业者，本书都能为你提供实用的指导和案例参考。

1. 核心内容详述 (实操手册)

STEP4

B2B企业GEO实操手册

请输入您的姓名和电话以便我们联系您

姓名：

手机号：

邮箱：

公司名称：

公司职位：

联系电话：

行业：

公司规模：

100人以下
100-500人
500-1000人
1000-5000人
5000人以上

B2B内容中心打造：内容SEO GEO

白皮书来源：MarketUP



Search results for "B2B线索流转怎么做 推荐一些方式":

- 1. 助理标准化：将线索分为（销售待确认）、SQL（销售跟进）、MQL（销售跟进）、销售直接判断SQL转为SQL、SDR清洗无效线索后转给销售跟进。
- 2. 双向流转机制：建立两条线索流转通道。
 - 销售直接判断SQL转为SQL
 - SDR清洗无效线索后转给销售跟进
- 3. MarketUP[®]：提供自助数据资料入口)及SEO优化

自动化邮件营销提升转化

核心实施步骤

1. 客户细分与标签管理：通过数存云等工具建立客户标签体系，后续触达提供数据基础。
2. 多渠道触达策略

B2B线索管理的方式

B2B线索管理需通过全渠道整合与自动化协同实现精细化管理，核心在于构建从获客到转化的闭环系统。以下是具体方式：

线索获取与培育

1. 多渠道营销阵地搭建：通过 **营销型官网**、**企业小程序**、**智慧名片** 等触点快速搭建获客场景。例如，**MarketUP营销云** 支持低代码自助建站，某工业企业官网上线后自然流量线索月增20%，智慧名片可自动抓取访客信息并打标，623人访问案例中线索转化率提升31%。
2. 全渠道数据追踪：整合官网、邮件、展会等渠道数据，构建统一客户视图。例如，通过 **UTM参数** 追踪各渠道效果，某案例中SEM渠道ROI提升35%。

线索培育与转化

1. 自动化流程优化




Let B2B market lead flow efficiency increase by 80%, practical case analysis! (附:《B2B企业线索流转手册》)

数字化营销系统如何重塑工业营销? 百年企业狮高美奈克曼的数字化实战拆解

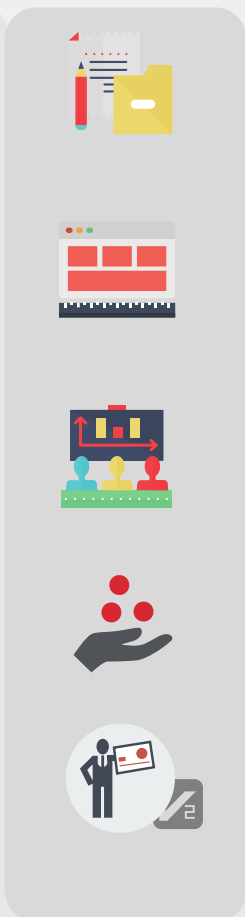
B2B数字化营销驱动式商机工厂|搭建官网集客×小程序裂变×中台流转的68%增长引擎!

内容库的不断完善，让SEO到GEO的量变形成质变

B2B内容中心打造：“营-销-服”一体化小程序

白皮书来源：MarketUP

工业制造业案例：打造“营-销-服”一体化的小程序



01 营销获客端

- 资料中心**

一键浏览安东帕全系列精密仪器，参数详情、应用场景一目了然，助您快速匹配需求。海量操作指南、技术白皮书、行业解决方案随时查阅，助您提升实验效率。
- 活动&资讯中心**

第一时间获取安东帕研讨会、展会、行业会议、优惠活动信息，科学前沿不容错过！



打造营销+服务型小程序

02 客户服务端

- 售后咨询**

仪器故障？拍照上传，工程师极速响应，为您排忧解难。
- 积分兑换客户好礼**

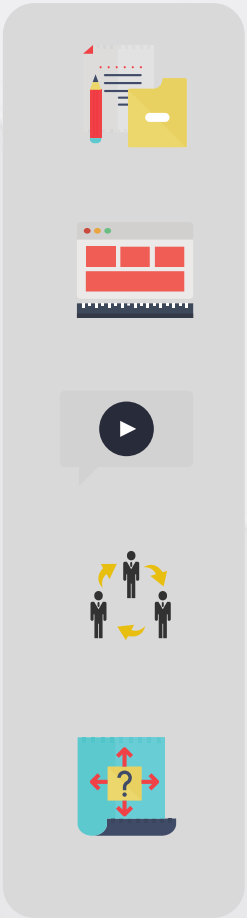
用户可通过多种方式积累积分，在积分商城兑换礼品，延长客户生命周期，提高活跃度。




B2B内容中心打造：“营-销-服”一体化小程序

白皮书来源：MarketUP

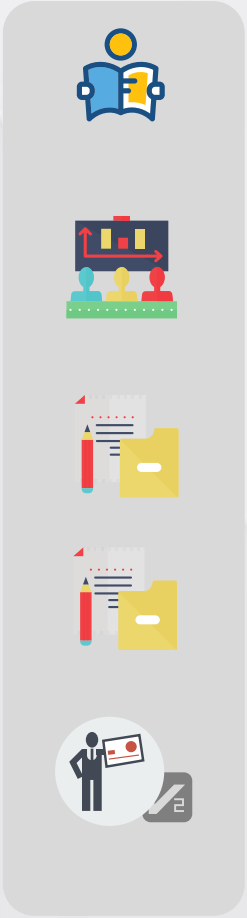
工业制造业案例：打造“营-销-服”一体化的小程序



B2B内容中心打造：“圈子营销”小程序

白皮书来源：MarketUP

生物医药行业案例：打造B2B企业的“圈子营销”小程序



B2B内容中心打造：小程序内容中心获客

白皮书来源：MarketUP



客户视角



企业视角



公众号嵌入小程序链接



点击进入内容中心



提交表单下载资料



B2B内容中心打造：小程序内容中心获客

白皮书来源：MarketUP

知乎

内部责任部门。

这一部分以企业视角展开，分配各个阶段所需的团队，与客户进行对接。在B2B企业的营销中，市场部和销售部是最重要的两大团队，企业可利用营销工具如MarketUP促进营销协同，减少部门之间的摩擦。

B2B客户生命旅程图模板

www.marketup.cn/web/detail/373/3881472748883969...

访问链接

编辑链接

取消链接

展示为卡片

二、绘制客户生命旅程图的具体步骤

的需求和痛点，实现精准营销。

插入链接

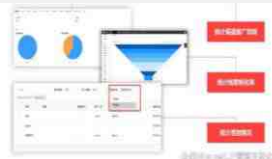
B2B客户生命旅程图模板

www.marketup.cn/web/detail/373/3881472748883969?utm_source=zhihuapril&utm=0704

取消

确认

百度



现在编辑

本文分享了MarketUP如何在会议活动策划、信息收集与审核、会议签到、数据整理与分析等多个方面，帮助企业解决会议活动管理痛点；痛点解决方案，帮助企业适应不断变化的市场需求和顾客期望，让我们共同期待，在智能会议管理工具的帮助下，主办方可以从繁重的人力工作中解脱，将更多精力专注于会议活动的价值呈现上，为品牌打造更好的展示窗口，为参会者打造更舒适的会议体验。

了解更多，欢迎访问官网或电话咨询，https://www.marketup.cn/?utm_source=sam%20bajahoo，或点击阅读原文。

产品区配置界面

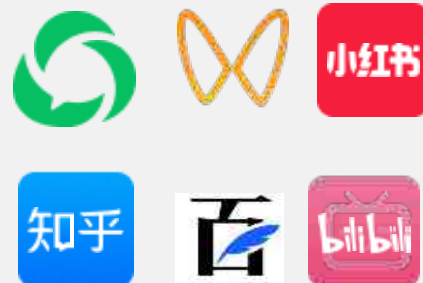


bilibili

5) 不得不服的客户体验和售后服务：

满足客户需求是数字化转型任务，打造高品牌价值的营销服务体系。一方面，基于小程序，不仅限于小程序，我们希望将精美页面与助手，创造更好的客户体验和售后服务价值，让客户服务从“不能共享”到“精心战略”。

详细案例干货《工业设备行业数字化转型案例：提高美誉度》
MarketUP官网获取



渠道联动内容中心方式

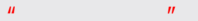
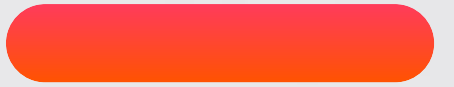
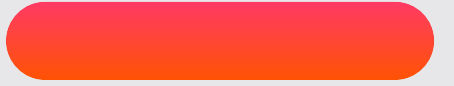
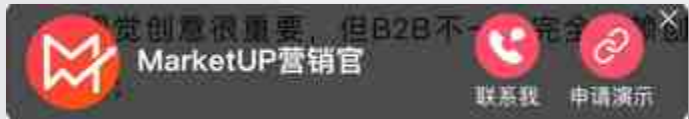
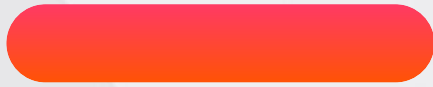
可扫码下载《内容营销白皮书2024版》

B2B内容中心打造：小程序内容中心 营销组件设置

白皮书来源：MarketUP



《可扫码下载B2B营销小程序获客白皮书》



B2B内容孵化工具：MarketUP四款孵化激活产品

50%

白皮书来源：MarketUP



EDM



短信



模板消息



裂变海报



【脉优客】B2B获客渠道稀缺？官网改造是关键，3招制胜！《官网营销化改造指南》：<http://a.top4y.cn/n4t8C> 拒收请回复R



孵化效能亲测（可参考）：裂变海报 EDM 短信= 模板消息

B2B内容孵化工具：EDM营销（覆盖国内外）

白皮书来源：MarketUP

EDM

我的模板

系统模板

创建EDM、多模板可选

线索阶段
行业分类
职位分类
...

筛选收件人

添加自动化 workflow

【干货下载】B2B获客难？GEO的4步实践指南：内容生产×渠道布局×闭环链路×效果放大-发送详情

主要发送渠道：国内 海外 smtp

发送量	送达	打开人数	打开次数	点击链接
1012	900	79	117	44
	送达率: 88.93%	打开率: 6.77%	打开率: 13.00%	点击率: 4.00%

EDM效果：打开、点击、留资

MarketUP EDM

MQL- SQL


EDM效果：分析复盘模板

B2B内容孵化工具：短信营销

白皮书来源：MarketUP

发送短信

主题

签名 

收件人*

短信内容*

【脉优客】B2B 获客渠道稀缺？官网改造是关键，3招制胜！《官网营销化改造指南》：<http://a.top4y.cn/n4t8C> 拒收请回复 R

温馨提示：如短信内容包含链接，建议在链接后添加“小程序”，防止手机在短信中误触。

发送计划* 选择发送时间 先创建稍后发送

短信类型 通知短信 营销短信

链接转短链接

链接打开跟踪设置 开启 开启会减慢短信生成速度

发送测试短信

短信创建



发送计划* 选择发送时间 先创建稍后发送

短信类型 通知短信 营销短信

链接转短链接

链接打开跟踪设置 开启 开启会减慢短信生成速度

发送测试短信

/

签名报备
模板报备
通路影响

注意事项

B2B内容孵化工具：服务号模板消息

STEP1: 同步公众号粉丝

同步粉丝数	创建时间	更新时间	定时同步	操作
1000	2025-08-27 02:00:01	2025-08-27 02:00:01	<input checked="" type="checkbox"/>	同步粉丝与标签
1000	2025-07-15 10:37:03	2025-07-15 10:37:03	<input type="checkbox"/>	同步粉丝与标签



STEP2: 选择模板

STEP3: 发送注意事项

B2B内容扩散工具：营销海报创建

白皮书来源：MarketUP



B2B内容扩散工具：营销海报任务发布

白皮书来源：MarketUP

←
添加全员任务

基础信息

任务名称*

分享话术

选择员工*

过期时间

自动标签 +
用户扫码海报上二维码后，自动添加标签

海报内容

海报模版* 选择模版 自定义模版

二维码设置* 自定义链接 场景二维码 企业联系我二维码 营销内容 小程序码

保存



梧桐 @ 百博活动&MarketUP

🔥 B2B企业数字门户如何选?

- ✅「官网」= 品牌护城河：长周期价值沉淀+SEO核心阵地
- ✅「网站」= 营销尖刀：快速搭建轻量级活动/战役承载
- ✅「小程序」= 数据中核：高频触达+社交裂变+AI集成

👉 更关键的是打好「组合拳」!

👉 7大实战组合方案+场景适配指南已备好

↓ 立即领取《B2B营销小程序获客指南》 ↓

#B2B营销 #数字化门户



2024年1月3日 11:48





B2B内容扩散工具：裂变海报样式集锦

白皮书来源: MarketUP

arketUP ToB 营销觉醒

闭门分享，毫无保留

如何用客户案例撬动高价值客户？

你将收获

- 如何搭建高客体系模型？
- 如何搭建高客内容策略？
- 案例价值突破及复用

张成浩
新加坡市场总监

时间：2025.3.28 14:00-17:00（周三）
地点：上海静安区南京西路WYWork
名额：10人（满即止）
扫码右侧二维码点击报名>>>

arketUP

《B2B企业GEO实操手册》

想做GEO咋入门？咋有效？
4大板块拆解分享
GEO实战精华全在这：

- 内容生产
从选题-内容规划-内容撰写
- 渠道布局
自有渠道+第三方渠道并行运营策略
- 链接打通
SEO-SEM、B2B-SEM、GEO-SEM
- 效果放大
AI辅助内容创作+全网营销中心

GEO不只是为了让网站排名
高内容裂变可转化的增量+裂变裂变任务

欢迎扫码获取手册>>>

arketUP B2B实战手册

B2B线索流转手册

线索流转效率跃升80%

您将获得：

- 清晰的线索状态定义和界定标准
- 多样化的线索分配与流转机制
- 完善的线索公海管理流程
- 全面的线索效能分析手册

60%客户正在流转环节中流失

扫码免费获取，打破流转困境

arketUP 百格活动 + 事橙营销

《B2B会议活动营销白皮书》联合发布

赵岩
B2B数字营销专家
杭州事橙营销CEO

别光盯着报名和签到人数，会后怎么用内容+数据持续“牵引”客户转化成交，才是真本事。也要想着，怎么把活动数据和官网营销结合变手中长期的“数字饭票”。

B2B企业办会&参展必看
让营销ROI提升80%的指南

欢迎扫码获取

KOL

arketUP

你的短信营销受限了吗？

你还在为短信营销受限而苦恼吗？
百格活动+事橙营销联合发布

- 30天短信营销进阶指南
- 如何制定短信营销策略
- 如何提升短信转化率
- 如何避免短信营销违规

白皮书核心亮点抢先看：

- 10个营销场景案例拆解，内含实操流程图
- 最新政策解读，规避营销合规风险
- 数据驱动营销，精准营销策略
- AI辅助内容生成，提升营销效率

事件营销玩法：

- 结合B2B行业热点，打造营销事件
- 精准营销与口碑营销相结合
- 线上线下联动营销，提升品牌影响力

arketUP COA助力

多渠道营销平台接入

营销效果追踪与数据分析

营销效果追踪与数据分析

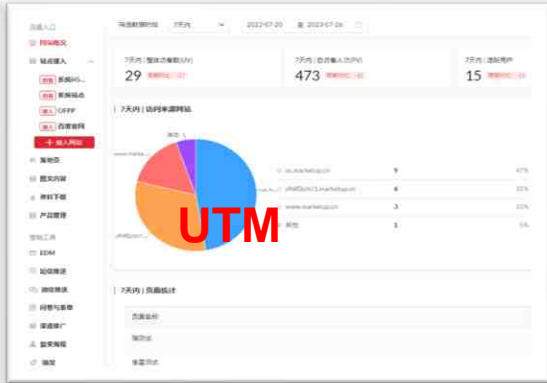
营销效果追踪与数据分析

第五章

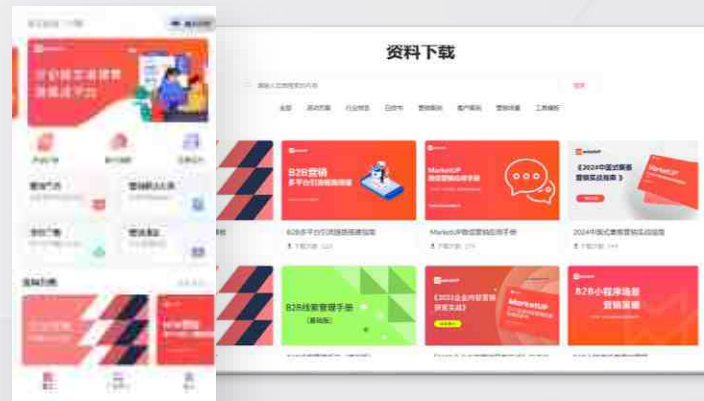
内容营销效果与投产分析

B2B内容分析工具包：UTM参数追踪、标签管理、BI看板...

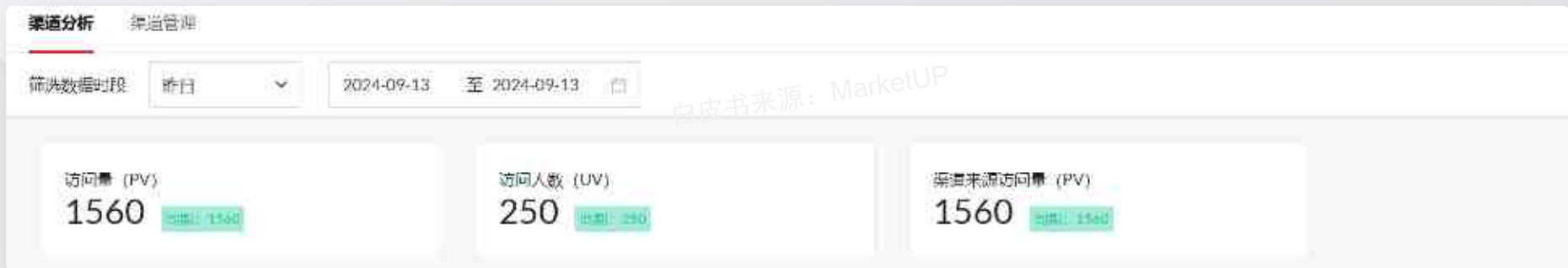
白皮书来源：MarketUP



PC+



整体渠道效能统计



渠道数据总览

渠道名称	访问量 (PV)	访问人数 (UV)	表单提交量	操作
1	416	3	0	查看数据
2	411	1	0	查看数据

网站来源总览

姓名	来源渠道	来源用户	提交时间	操作
1	EDM		2024-09-13 11:22:36	详情
2	EDM		2024-09-13 10:08:15	详情
3	EDM		2024-09-12 15:23:25	详情

白皮书来源: MarketUP

各渠道数据对比

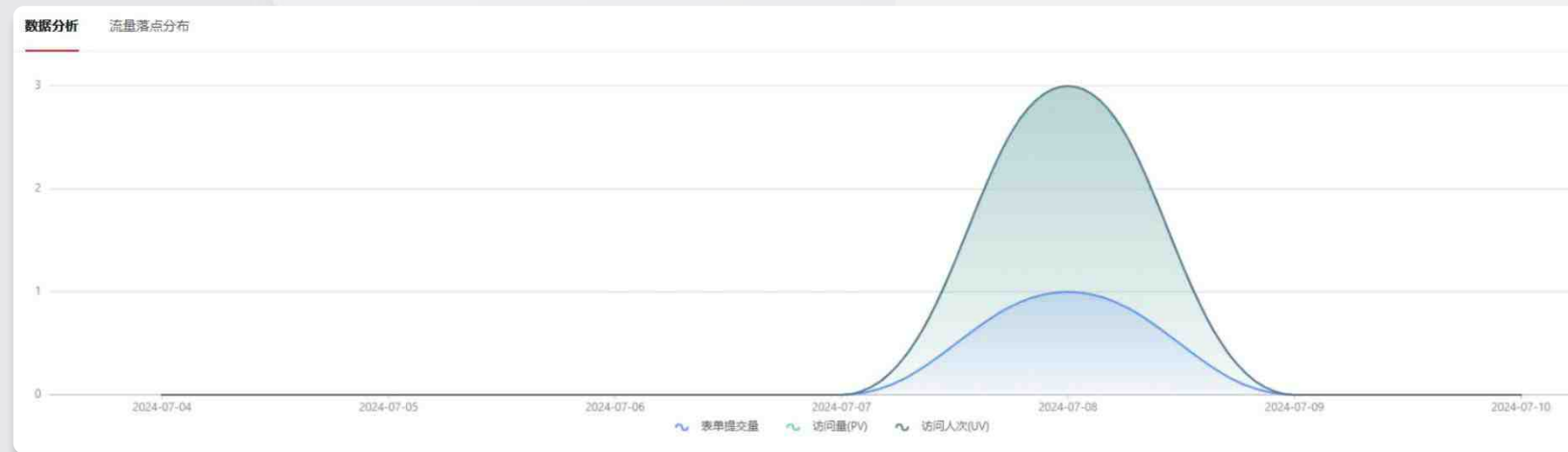
单渠道效能统计

数据分析 **流量落点分布**

请输入分享内容关键字 搜索

分享内容	访问量 (PV)	访客人数 (UV)	内容链接
MarketUP新年	3	3	https://sfhlf0jclcr1.marketup.cn/web/detail/5871/4113258795302913

渠道流量落点分析

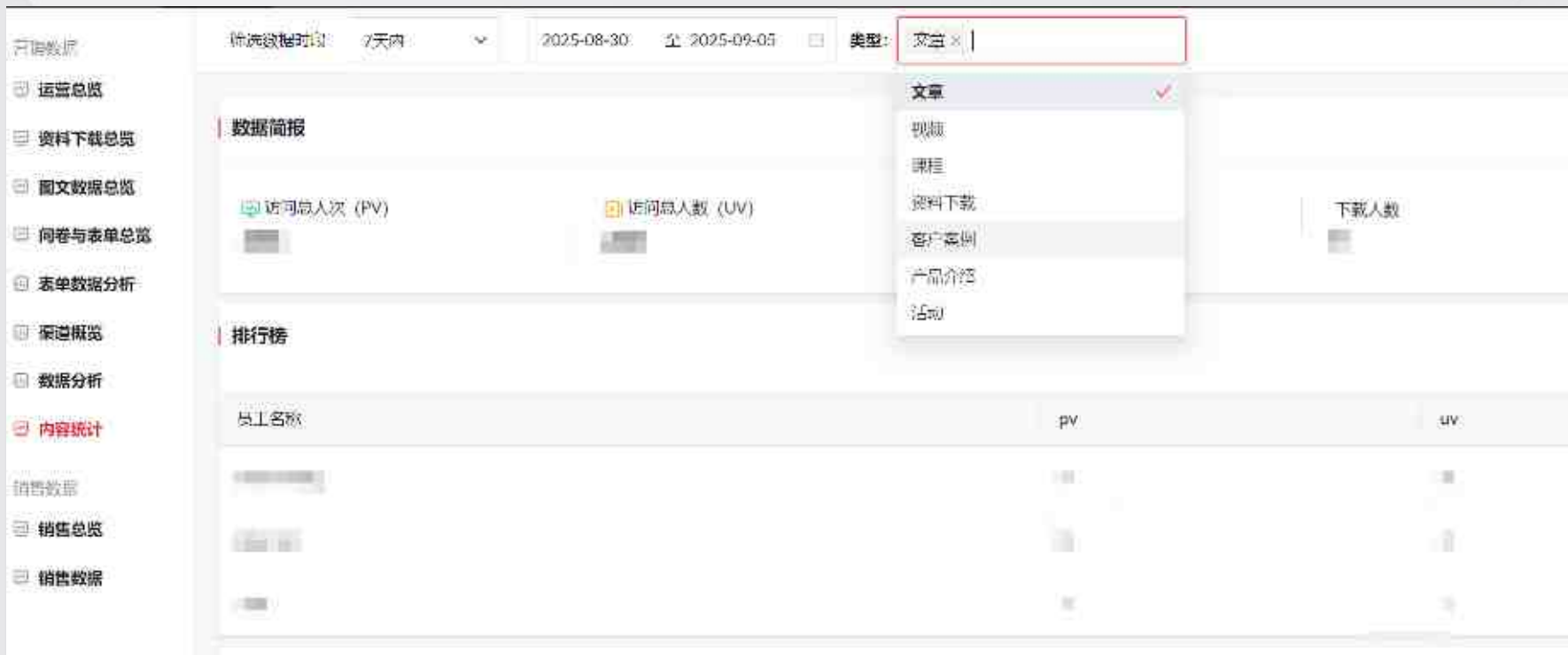


渠道流量落点分析

内容分享直接统计，类型、分发人

白皮书来源: MarketUP

内容分享统计



白皮书来源：MarketUP

受访资料分析

受访资料



3

渠道来源饼图



4

第六章

2025-2026 B2B内容营销发展趋势

2025-2026年，B2B内容营销6大趋势

白皮书来源：MarketUP

AI+内容

AI



个性化内容（客户旅程）



多渠道协同内容体验



垂直行业知识图谱



真实感染力内容

AI



跨文化内容本地化



2025-2026年，比起“线索量”，更关注：

白皮书来源：MarketUP

从衡量“产出”到衡量“影响”

MQL

SQL

LTV

构建“信任指标”

“ ” ——
UGC

AI时代的效率指标



MarketUP往期6本白皮书回顾与下载



B2B



2025 B2B



B2B



2024



B2B



B2B GEO



版权申明

白皮书来源: MarketUP

关于MarketUP

白皮书来源: MarketUP

MarketUP

B2B

MA

B2B





MarketUP的不同之处：全渠道、全自主、全过程



一站式营销自助化聚合平台



感谢您的阅读

欢迎与 MarketUP 联系交流

 <https://www.marketup.cn>

 milo@marketup.cn

 1951984030



MarketUP

