

SALES
DRIVER

工业企业信息流投放 误区及避坑指南



工业企业信息流投放误区1——SEM广告来的客户更主动，质量更高，不信任信息流广告

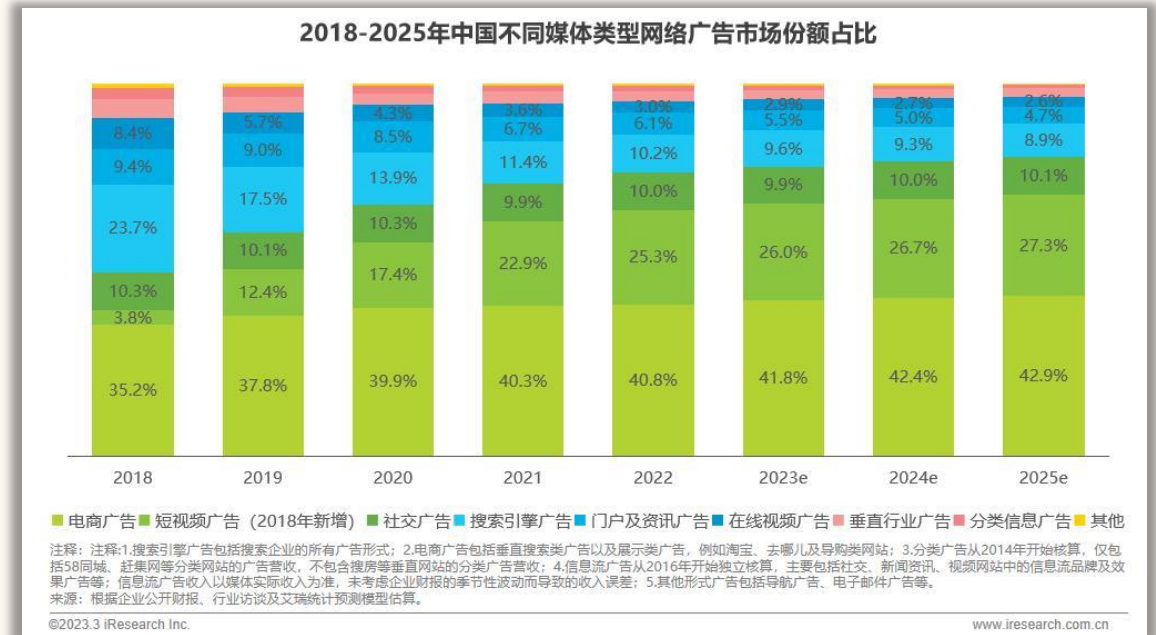


SEM广告来的用户更具主动性，质量更高，不信任信息流广告



SEM广告面临以下两个状况：

- 1/用户搜索习惯改变，流量转向边看边搜，搜索引擎流量越来越贵，高质量用户越来越少；
- 2/搜索引擎市场占有率改变，Bing超越百度成为PC端市场占有率第一，但大多数企业对国内Bing广告并未投入SEM广告获客效率、数量、质量都难以满足预期



工业企业信息流投放误区2——国内信息流广告不适合面向大中型客户的工业企业



国内信息流广告更适合面向C端或中小企业，对于面向大中型客户的工业企业来说不适用



国内信息流广告平台提供的固定标签偏向于C端，但是也有多种方式可以帮助B2B企业精准触达目标客户：

- 1/使用平台提供的行为兴趣标签和LBS可以较为精准地对目标用户进行定位；
- 2/使用基于数据包的定向信息流投放，可以保证90%+到达率，100%+曝光率的信息流广告投放；
- 3/面对不同规模或类型的客户，可以选择不同的投放定向方式，并关注不同的投放指标



信息流广告投放只能用来做品牌传播，不适用工业企业的多类型营销场景需求



根据目标用户数据量、目标用户规模、营销场景等差异，可以选择不同的投放模式，从而确保定向信息流投放可以满足工业企业的营销需求



根据面向客户规模和营销场景，可以选择不同投放模式，满足不同营销需求

面向小型企业的信息流广告

建议采用**基于人群标签**的信息流投放，扩大覆盖面，品牌营销和社会化媒体营销重点KPI为**曝光、互动**，内容、互动、促销、ABM营销重点KPI为**转化数量与质量**

面向中型企业的信息流广告

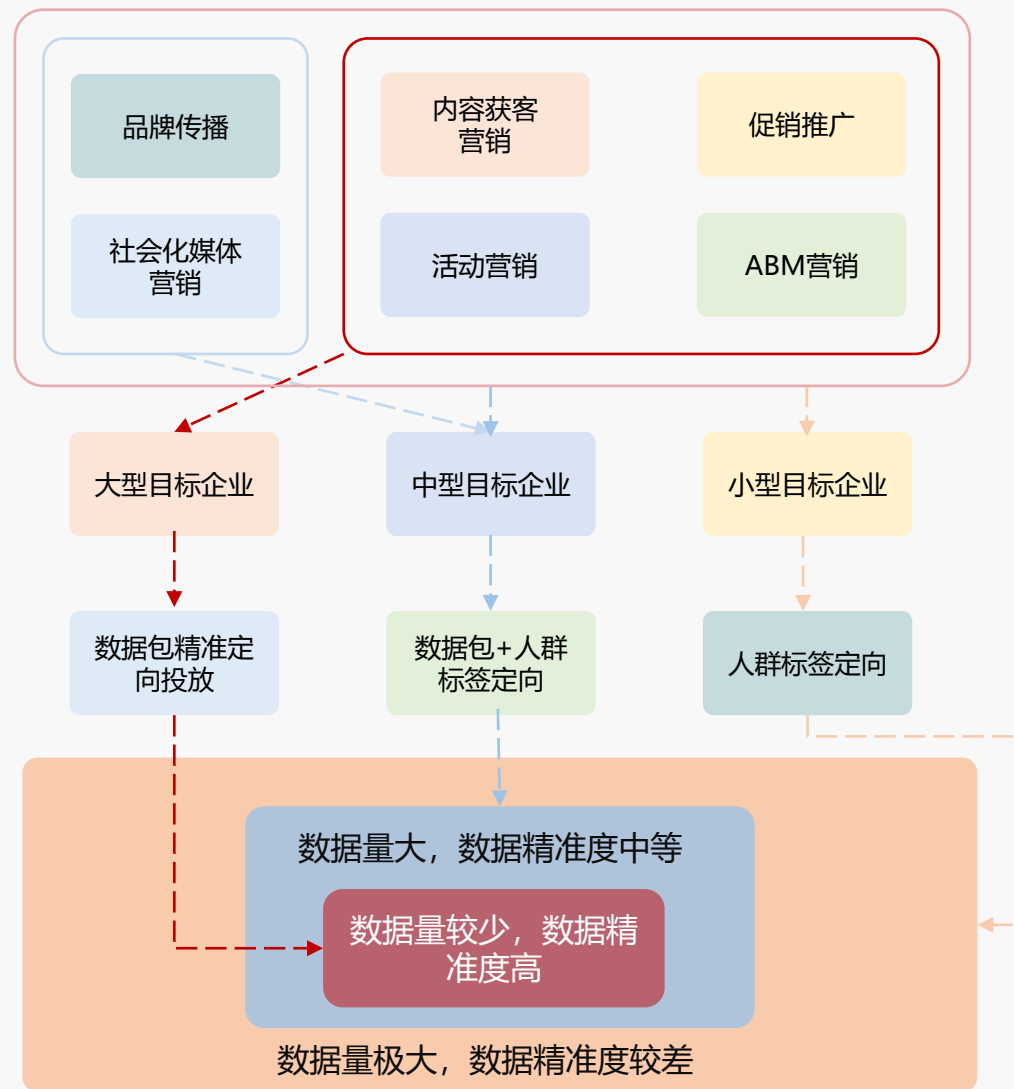
建议使用**基于数据包+人群标签**的定向信息流投放，品牌营销和社会化媒体营销重点KPI为**曝光、互动**，同时关注转化；内容、互动、促销、ABM营销重点KPI为**曝光、转化数量与质量**

面向大型企业的品牌传播或社会化媒体营销

建议采用**数据包+人群标签**定向投放模式，保障触达准确的同时提高覆盖面，重点KPI为**曝光、互动**，同时关注转化

面向大型企业的内容、活动、促销、ABM营销

建议仅使用**基于数据包**的定向信息流投放模式，保障触达准确，重点KPI为**互动和转化质量**，同时关注**曝光与转化数量**



通过媒体平台兴趣标签可以锁定平台对产品、竞品、解决方案等相关信息感兴趣的用户

以有数字扫码枪需求的工业制造企业为目标，信息流平台可提供7-180天的行为及兴趣标签筛选

兴趣

请输入兴趣类目词或关键词 [批量添加](#)

类目词	关键词	根据已选词推荐的相关词	
zebra / ... / 零售业			
回报率	4.8万	添加	查关键词
开小店	4.8万	添加	查关键词
大市场	4.5万	添加	查关键词
创业小项目	4.3万	添加	查关键词
想创业	4.3万	添加	查关键词
投入少	4.3万	添加	查关键词
加盟扶持	4.2万	添加	查关键词
分享经济	4.2万	添加	查关键词

[添加全部“零售业”相关关键词](#)

还可添加兴趣: 322个 [下载](#) [清空](#)
类目词: 0 关键词: 28

全部	覆盖人数	操作
物流	65万	删除
扫描器	<1万	删除
履单	<1万	删除
基恩士	<1万	删除
朗维	<1万	删除
霍尼韦尔	<1万	删除
honeyw...	<1万	删除
手持扫码	<1万	删除

[使用自动选词](#)

受众信息

年龄: 24-30、31-40、41-49、50+

行为天数: 60天

行为关键词: zebra、物联网、制造、机械厂、信息化、智能终端、进销存、仓管、扫码器、溯源、扫码机、斑马技术、条码扫描、条码、工程管理软件、仓储、物流、扫描器、履单、基恩士、朗维、霍尼韦尔、honeywell、手持扫码、仓储管理、条形码、条形码扫描、零售业

兴趣关键词: zebra、物联网、制造、机械厂、信息化、智能终端、进销存、仓管、扫码器、溯源、扫码机、斑马技术、条码扫描、条码、工程管理软件、仓储、物流、扫描器、履单、基恩士、朗维、霍尼韦尔、honeywell、手持扫码、仓储管理、条形码、条形码扫描、零售业

过滤已转化用户: 广告计划

智能放量: 不启用

受众预估

广告位	覆盖数 (人)	展示数 (数)
 头条	80万+	640万+
 抖音	100万+	1000万+
 快手	6万+	12万+
 小红书	11万+	84万+
 优酷	77万+	260万+
 爱奇艺	<1万	<1万

通过LBS，可对精准定位坐标半径500米以内的目标用户开展定向投放

定向

定向选择

地理位置 不限 按区域 从地图选择

从地图选择

已选择 1 个位置 [批量修改范围](#)

地图: 上海汽车集团股份有限公司 +1km 1/400 [清空](#)

Q 上海汽车股份 [批量导入位置](#)

上海市

- 2 上海汽车集团股份有限公司
上海市静安区威海路489号汽车工业大厦F12层
- 3 上海冠松汽车股份有限公司
上海市浦东新区张东路1388号科技领袖之都西区19幢
- 4 上海汽车集团股份有限公司
上海市嘉定区安亭镇于塘路815号
- 5 上海汽车集团股份有限公司乘

地点类型 近期到访 常住且近期 常住地 旅行到访 曾经到访

投放概览

当前广告的营销目的是 [品牌宣传](#)

正在推广 [商务服务](#)

通过 [页面跳转](#)

采用 [微信朋友圈](#)、[搜索场景](#)、[微信...](#) 版位进行展示

出价策略 [稳定拿量](#)

预估数据 [3.16万人](#) [15.36万次](#)

[更多能力即将上线](#)

可以基于目标客户**企业所在位置/厂区，产业集中区域（如孵化园、进出港物流区），行业大型展会所在地**等区域开展LBS营销，精准锁定目标客户

基于企业数据库或靠谱的第三方数据服务商建立数据包进行精准定向投放



行业、注册资本、注册资本币种、实缴资本、实缴资本币种、成立时间、融资状况、公司类型、公司性质、公司所在地、员工、参保人数、对外投资状况、分支机构数量、分支机构所在地、主营产品、经营范围、景气状况、招聘状况……

企业数据可筛选维度 **100+**

保障投放目标用户 **90+%到达率**

定向信息流广告可支持多种营销场景，满足工业企业营销所需

品牌传播

面向精准目标客户进行品牌传播，**发布新产品，传播大事件，传播核心概念**，提升品牌认知，提升品牌形象

活动营销

品牌大会，线下巡展，线上直播等活动定向传播及精准邀约

社会化媒体营销

为社会化媒体运营带来精准粉丝或者增加阅读观看，如**公众号加粉，视频号加粉，抖音号加粉，公众号文章推广，视频号视频推广，抖音号视频推广**

促销推广

开工季,618,开学季，双11等促销活动定向推广及获客

内容营销

白皮书，客户案例，调研报告等优质内容推广

ABM营销

指定客户持续覆盖孵化

B2B信息流广告助力企业品牌传播精准触达目标用户，提升品牌认知与形象

品牌传播也需要精准

信息流广告精准触达目标客户，达成营销目标



提高品牌认知

数据包+标签定向，确保品牌活动触达目标人群，**精准**提升目标人群品牌认知

塑造品牌形象

通过信息流广告**传递品牌定位**，**品牌主张**，**品牌价值观**，**品牌故事**，链接并占领**用户心智**

提升品牌信任

从“公信”各维度与用户进行沟通如**三方权威评测**，**专家推荐**等，进行多维度背书，赢得用户信任

增强品牌偏好

“差异化” **“个性化”**品牌定位及传播触达增强偏好

B2B信息流广告助力社会化媒体营销提效，实现平台生态内的精准营销推广

根据社会化媒体传播目标选择传播渠道



腾讯广点通适用传播目标

- 公众号加粉
- 视频号加粉
- 公众号文章推广
- 视频号视频推广
- 视频号IP推广.....



巨量引擎适用传播目标

- 抖音号加粉
- 抖音视频推广
- 抖音IP推广.....



小红书聚光平台适用传播目标

- 小红书账号加粉
- 小红书笔记推广
- 小红书达人推广.....

精准高效开展社会化媒体营销的三大招

1



使用同平台信息流进行社会化媒体广告投放，**内容偏好更符合，用户互动意愿更高**

2



数据包+标签，帮助B2B企业精准锁定平台公域流量中的**高意向数据，提升互动率**

3



社会化媒体同平台原生转化**路径更便捷，转化率更高，提升营销效果**

B2B信息流广告助力企业线上、线下、混合活动营销开展

活动前

曝光引流扩大活动覆盖面
定向信息流吸引更多注册

SD信息流服务活动前策略

广覆盖

精触达

多引流

高转化



会前2月



目标用户画像拟定, 数据筛选, 人群包准备及提取

会前6周



与活动相关的素材准备, 投放外层创意, 投放落地页等

会前4周



根据活动目标**人群偏好**, **素材内容**, **转化目标**设计路径、选择平台

会前3周



活动广告投放:
• 分阶段活动广告投放: 预热、亮点、嘉宾.....
• 分行业活动广告投放
• 分目标用户职级广告投放
.....

会前2周

会前1周



点击找回触达对会议有兴趣的用户, **提升活动注册率, 广告转化率**

会前1-3天

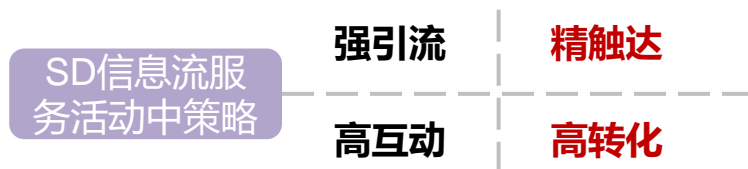


活动提醒广告投放, 提升活动**到场/上线率**

B2B信息流广告助力企业线上、线下、混合活动营销开展

活动中

线上直播间/线下展位推广
活动互动提升



线上活动



- 视频号直播间引流、抖音直播间引流、官方直播间引流.....
- 直播内投放**转化组件**推动转化

线下活动



- 自有活动本地城市LBS推广推动转化
 - 线下展会会场LBS展位推广推动转化
 - 活动现场参会用户人群包定向/LBS互动活动推广推动转化
-

活动后

持续发酵提升活动价值
用户孵化提升活动转化



内容发酵



活动ppt、回放等相关内容投放，持续发酵，提升活动内容价值，推动用户转化

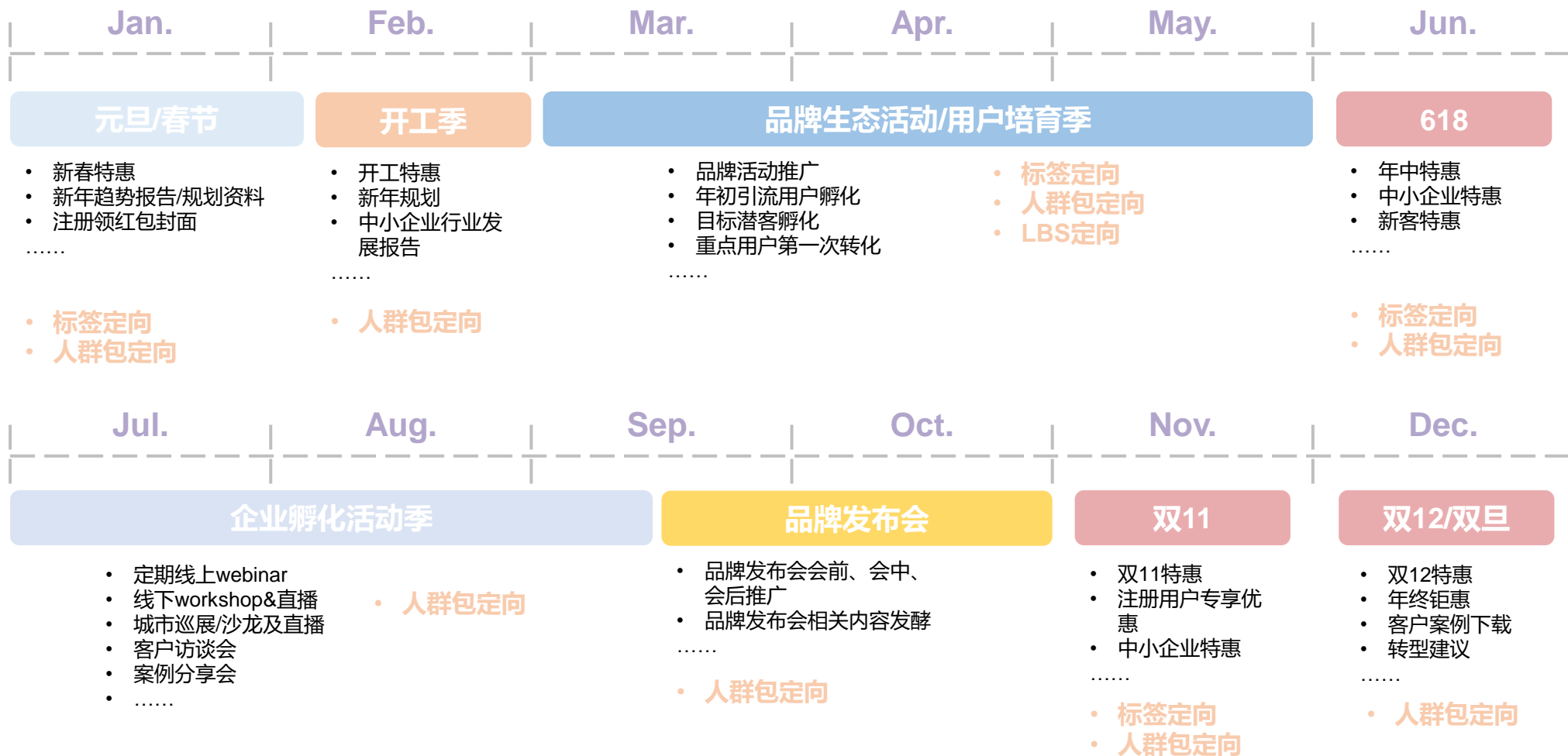
用户转化



- 参会用户会后资料投放孵化
 - 未参会用户回放/资料投放孵化
-



B2B信息流广告可在全年不同时段通过不同投放助力企业开展面向中小企业的获客



B2B信息流广告可支持实现ABM项目精准触达，指定客户持续孵化



品牌认知

- 品牌定位
- 品牌主张
- 品牌故事
- 产品告知
- 白皮书
- 行业调研报告
- 品牌活动
-

品牌信任

- 三方权威评测
- 专家推荐
- 客户案例
-

激发兴趣

- 线上直播
- 线下活动
- 解决方案
- 客户案例
- 促销优惠
-

90%+客户触达率支持指定客户持续孵化，可触达高层

B2B信息流广告助力促销活动曝光、触达、转化

促销活动

公域平台扩大活动覆盖面
定向信息流触达目标客户

SD信息流服务
促销活动策略

广覆盖

高参与

精触达

强转化



以618促销为例

预热期

活动前1-2周



为促销活动进行预热宣传, 引用**提前领券, 预付订金**等方式提升活动覆盖面及吸引力

- 标签定向推广
- 人群包定向推广
- 产业园区等LBS定向推广

618活动

活动期2-3周



促销期间, 使用**更直接的促销文案** (满减、领券、限时优惠、限行业规模优惠等) 吸引更多目标客户参与, 同时开展点击找回

- 分行业分组推广
- 分规模分组推广
- 分内容偏好分组推广
- 产业园区等LBS定向推广

返场期

活动后1-2周



对**参与活动未转化/未参与活动的高价值目标客户**进行活动返场触达, 提升活动转化, 同时开展点击找回

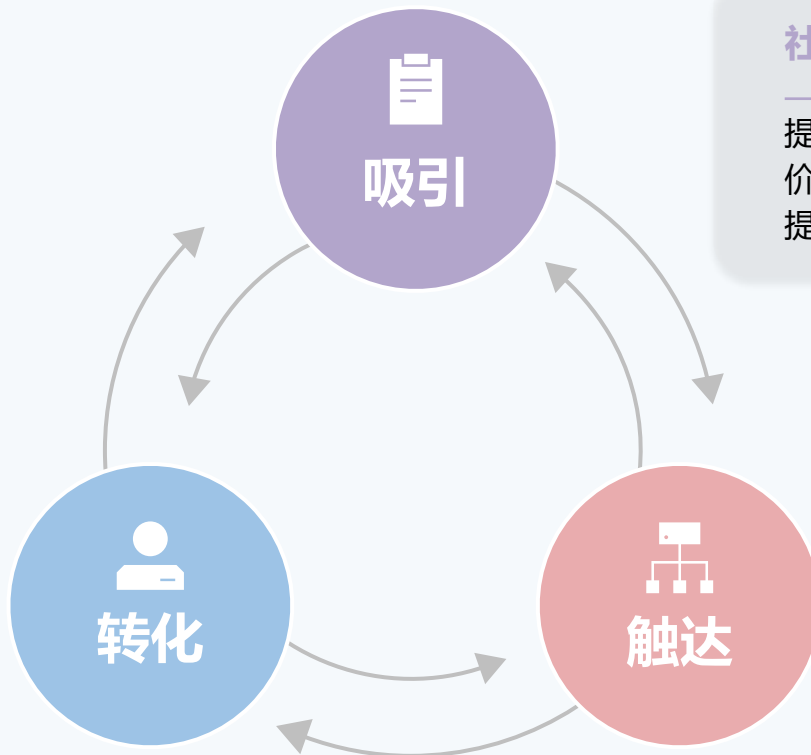
- 人群包定向推广

信息流广告支持2B企业进行内容营销获客

- 用AI口播视频、图文提升内容**吸引力**，降低**阅读门槛**，提高内容**亲和力**
- 精准定向+高活跃度平台，实现内容营销**90%+触达率**，**100%+曝光率**
- 多种类型转化形式，适用于品牌各类型内容推广传播**高效转化**

多种转化互动实现内容品效协同

- 白皮书、报告、案例引导**注册下载**
- 品牌内容引导**观看互动**
- 用户沉淀引导**关注**社会化媒体账号



社会化内容展示提升内容吸引力

提炼原本枯燥内容对应的用户痛点、核心价值等，制作更**符合平台用户偏好的内容**，提升**内容吸引力**，激发目标**用户兴趣**

精准定位目标用户个性化触达率

数据包+标签定向，根据用户偏好选择腾讯、巨量、小红书进行**90%+触达率的个性化触达曝光**，降低无效花费

工业企业信息流投放误区3——我们的信息流广告只需要投放微信朋友圈就可以了



我们的信息流广告只需要投放微信朋友圈就可以了，其他平台意义不大



朋友圈广告已经退烧，用户日均刷到的朋友圈广告次数有限，且不同转化目标也并非适用于所有平台，应该从用户数量，用户粘性，转化目标，投放预算等多个纬度来选择信息流投放平台



用户多

13亿月活的微信+7亿月活QQ，**流量庞大**

朋友圈+公众号，日均观看广告数**10条左右**



粘性高

抖音用户日均使用2.5小时+，信息流有**更高曝光率**

2024年，视频号用户日均使用时长**超过110分钟**



根据投放转化目标、目标人群、预算是制定投放策略的三大常用标准

转化目标	版位策略	人群策略
微信生态引流（公众号、视频号、小程序）	微信生态投放	数据包+LBS+标签
抖音生态引流（抖音号、抖音小店，抖音视频曝光） 三方落地页引流	字节生态投放	数据包+兴趣标签+kol粉丝
原生落地页注册转化、官网引流、App下载	全平台渠道	数据包

目标用户	版位策略	人群策略
大企业高层	微信朋友圈、公众号文章、今日头条、订阅号消息盒子、视频号	数据包
中小企业目标用户&大企业执行层	抖音、番茄小说、西瓜视频、公众号文章、微信朋友圈、订阅号消息盒子、小程序开屏及支付页面	数据包+人群标签+kol粉丝

投放预算	版位策略	人群策略
高预算	全平台渠道	数据包+人群标签+kol粉丝
中预算	抖音、今日头条、公众号文章、订阅号消息盒子、微信朋友圈	数据包
低预算	公众号文章、抖音、头条	数据包

工业企业信息流投放误区4——做信息流广告就是为了更低价更高效地收集leads



做信息流广告就是为了更低价更高效地收集leads，如果能像C端一样几十块钱一个进来大量leads是最好的



根据数据量不同，信息流广告并不一定都能很好地帮助企业获取线索，应根据不同的数据量设置对应的投放目标，同时，不同数据量在投放时，内容创意的在线时间也有不同：

数据数量	投放目标	内容创意在线时间
≤10,000条	目标人群曝光为主	每周投放1-2天对目标人群完成多轮次覆盖，并每周更换创意，不断刷新目标用户品牌认知
10,000-100,000条	目标人群曝光为主，转化为辅	以周为单位更换广告创意，刷新目标用户品牌认知，并持续引导用户转化
100,000-1,000,000条	同时关注曝光与转化	以曝光率计算，对目标人群包完成超过200%的曝光即可更换广告创意，不建议超过300%
≥1,000,000条	重点关注转化	以转化效果计算，当转化率连续2-3天走低，即可更换信息流广告创意



无论是外层广告创意，还是落地页，均可以借助方法论高效产出优质的内容



内容创意

吸引

- 真实的基础上夸张
- 针对用户需求、痛点
- 情感/热点/标题党

传达

- 品牌观点/广告价值传达
- 行动紧迫性传达
- 独特性传达

筛选

- 品牌知名度筛选
- 广告价值筛选
- 转化目标筛选



落地页

价值

- 首屏充分价值赋予
- 中间部分详细价值提供
- 尾部再次价值赋予

结构

- 符合认知行为的引入逻辑
- 首尾呼应的内容
- 案例、三方、知名度佐证提振信心

转化

- 首屏提供转化入口
- 减少表单项以提升体验
- 简洁唯一的卖点转化引导

AI数字人内容提高火山引擎投放增粉效率



某工业零件企业抖音增粉投放

最初使用企业已发布在抖音账号上的品牌视频进行吸粉，但效果不佳

后续更换为AI数字人口播视频进行吸粉

点击单价下降23.4%，增粉成本下降31.1%

AI数字人口播更为亲切，符合短视频平台用户观看习惯，且会被平台判定为真人出镜，获得更多推荐，降低投放触达成本

AI工具可以帮助B2B企业快速产出用于信息流投放的视频与图片内容



- 巨量引擎自带即创和多个AI内容制作工具可帮助企业快速完成**视频脚本生成、AI数字人口播视频作，智能混剪视频，图片图文素材**等在内的可应用于字节全生态投放的内容制作，降低内容制作成本，且保障制作的内容更符合平台用户偏好
- 腾讯广点通妙思平台可利用AI工具帮助企业快速完成**图片创作、商品合成**等可用于投放的内容素材制作产出

工业企业信息流投放误区5——信息流广告那么贵，那我投一次不妨多选几个转化方式



信息流广告那么贵，那我投一次不妨多选几个转化方式



信息流广告的转化方式通常越简单越好，并且建议尽量单一，用户浏览信息流广告时更多处在娱乐场景，更渴望快速完成转化，而不是像浏览官网等场景可以进行深入的信息浏览并进行有效的转化方式筛选

平台内单次行动 可达成的转化目标

平台内注册
微信前往微信小程序/抖音前往抖音小程序
微信添加企微
微信为公众号加粉/抖音为抖音号加粉
同生态前往视频号/抖音直播间
广点通前往品牌同主体备案的落地页/巨量前往任意三方落地页

需借助落地页多次跳转 可达成的转化目标

广点通前往第三方注册
巨量跳转微信小程序
进入落地页后下载APP



采用更符合平台逻辑，简化的转化流程，可以让信息流广告投放ROI大幅提升



进入落地页



跳转公众号主页



增粉成本
12.44元



直接跳转公众号主页关注



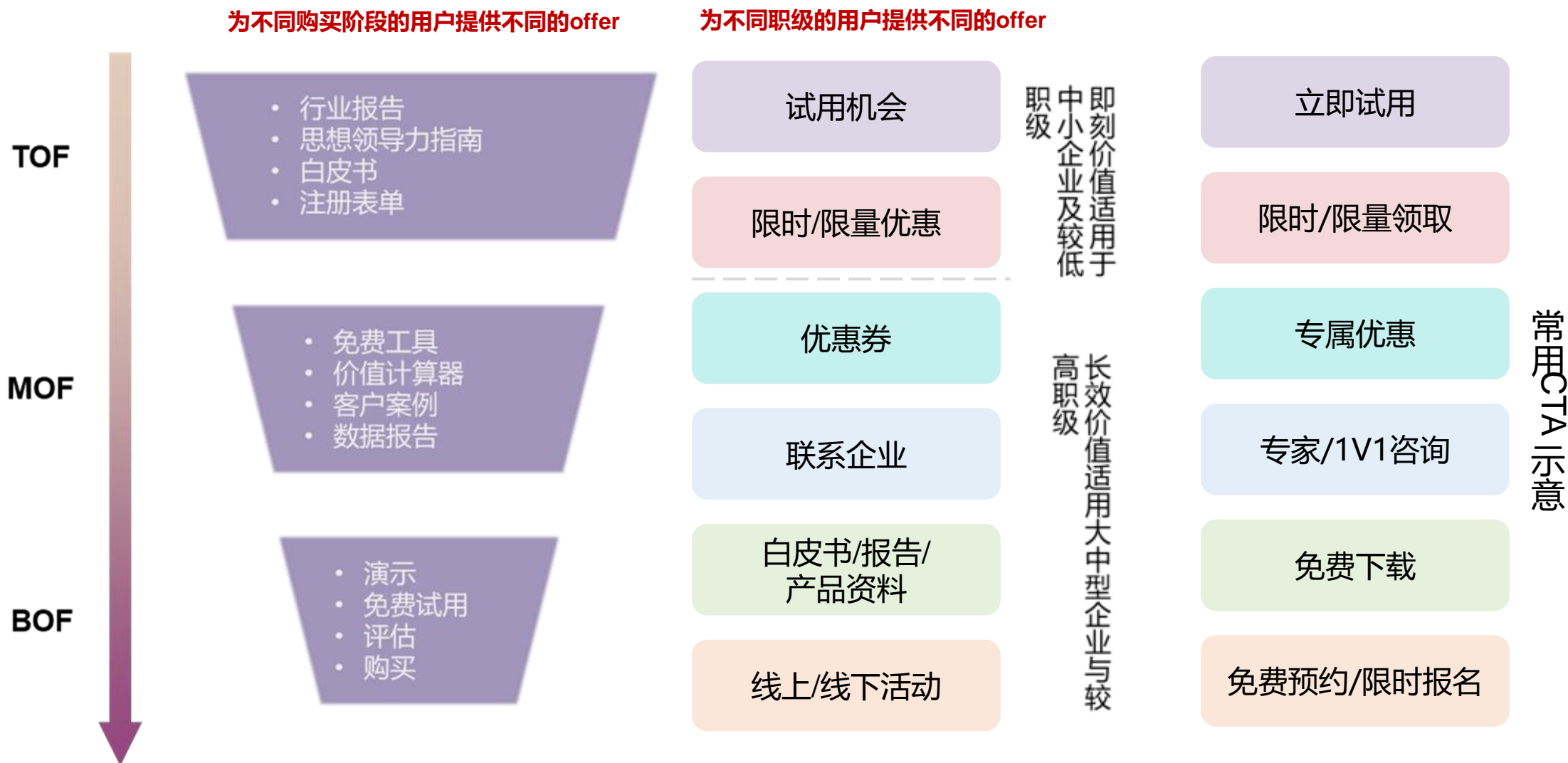
增粉成本
2.23元

公众号加粉
成本降低

82.07%



根据用户数字化购买旅程，决策角色等方式制定转化offer与CTA为转化提效



平台内转化并非信息流转化的终点，还可通过点击找回和SDR跟进提升MQL转化率

以30万曝光的留资转化为例



工业企业信息流投放误区6——投放的预算不算很多，每天投个3、500块钱是不是就可以了



投放的预算不算很多，每天投个3、500块钱是不是就可以了



信息流广告平台对于账户有自己的判定方式，并会为其判定为优质账户的广告主提供流量倾斜，反之则会减少账号每日可获取的流量，在建立账户初期，选择较高的日预算，有助于养成优质账户获取更多平台流量倾斜

投放概览

当前广告的营销目的是 品牌宣传

正在推广

通过 页面跳转

考核 跳转按钮点击

采用 搜索场景、微信朋友圈、微信... 版位进行展示

出价策略 稳定拿量

当前出价 ¥120.12 元/跳转按钮点击

预估数据

👤 3.61 万人 📄 34.8 万次

✦ 更多能力即将上线

投放概览

当前广告的营销目的是 线索留资

正在推广

通过 页面跳转

考核 表单预约

采用 微信朋友圈、搜索场景、微信... 版位进行展示

出价策略 稳定拿量

当前出价 ¥1000 元/表单预约

预估数据

👤 255 人 📄 1530 次

✦ 更多能力即将上线





SalesDriver工业品客户信息流广告实战案例分享



某工业零部件企业通过信息流广告为抖音官方账号精准加粉，为社会化媒体的持续积累潜客

受众预估

广告位	覆盖数(人)	展示数(数)
头条	88万+	960万+
抖音	450万+	4000万+
开屏	14万+	42万+
信息流	320万+	920万+
搜索	1万+	1万+
直播	<1万	<1万

受众信息

年龄：24-30、31-40、41-49
行为天数：30天

兴趣关键词：轴承、机械、五金、机床、液压机、五金工具、机械厂、传动轴、金属加工、机械加工、五金店、斯凯孚、精密机械、输送机、数控车床、注塑机、舍弗勒、nsk、电机、压缩机、减速机、泵、工业传动、工业风机、起重机、传送带设备、自动扶梯、密封、润滑、采煤机、矿车、挖掘机、矿用提升机、装载机、振动筛、破碎机、研磨机、浮选池、造粒机、立式冲击机、辊压机、磨粉机、立式磨粉机、斗式提升机、水泥磨粉机、造纸机、卷纸机、转炉、连铸机、轧机、灌装机、包装机、码垛机、真空泵、鼓风机、拆封机、清洗机、充瓶机、压盖机、成型机、冷冻机、封口机、杀菌机、干馏炉、蒸馏机、磨粉机、离心机、压带机、倾斜器、皮带机、泥浆泵、供水泵、排水泵、化工泵、涡轮增压器、往复压缩机、双螺杆压缩机、离心压缩机、状态监测、预测性维护、轴承维修、轴承安装、轴承拆卸、振动分析

全球领先的创新解决方案供应商

116 722

关注斯凯孚，掌握轴承行业的前沿动态，探索科技的无限可能，期待你的关注。广告

Q 相关搜索 · 斯凯孚

1.1万 获赞 5 关注 1.3万 粉丝

斯凯孚 (SKF) 是全球旋转轴相关领域解决方案的领先企业，帮助客户提高旋转设备性能，并减少排放，从而创造价值。

IP: 上海

进入店铺 15件好物

已关注 私信

作品 181 商品

某工业零部件企业作为全球知名轴承生产供应商，始终注重社会化媒体营销的开展，渴望通过社会化媒体积累更多潜客，尤其是抖音，短视频用户高粘性、平台工业用户多，让该企业想要进一步增加抖音粉丝数量

- SalesDriver通过在抖音上选择与轴承相关的标签，为企业锁定**450W+**目标用户。
- 通过对已有视频的二次混剪，以及使用抖音即创AI生成数字人口播视频，让内容更**贴近平台用户偏好，提升用户关注度**
- 最终，让该企业的视频内容在抖音上产生了**30万+曝光**，并成功通过这则广告吸引到近**1.4万高质量粉丝**，单个粉丝关注成本**仅1.3元**，且在项目结束2个月，仍有**1.3万粉丝留存**

1.4万 高质量粉丝关注

1.3元 单个粉丝关注成本



某工业软件通过多渠道投放，提升中小企业获客效果



某工业软件作为全球工业设计、管理软件等相关领域的头部企业，渴望在通过对中小企业用户的触达，进一步扩大市场份额。2023-2024年，该品牌通过巨量与广点通双平台投放，触达全国4大中小企业行业的目标用户，获取更多潜在客户。

- 该品牌数字化工业软件计划在2024年对**汽车行业、消费品白家电、电子消费品、工业机械**4个行业的中小企业通过信息流完成触达，并挖掘销售线索
- SD提取4个行业内包含**C-level、产品开发、产品设计、生产部门**等相关职位经理以上职位，合计80W+联系人
- 从广点通与巨量两大平台，首先用品牌活动进行整体触达，后续用分行业的内容进行分别触达，并引入点击找回和企业推荐模型，仅1月就产出**200+留资注册**，后续每月产出**注册50+**

200+

1月活动线索
产出

50+

每月合格线
索持续产出



某工业材料供应商通过定向信息流，完成对四大行业目标用户的ABM营销

该企业作为全球知名工业行业先进材料供应商，渴望在中国市场触达更多高潜力用户，ABM营销就成为了他们的更好选择。该品牌根据客户行业特质，制作了衣、食、住、行四个领域的个性化内容，渴望利用内容完成对目标行业的ABM营销



- 按照衣、食、住、行四个领域从SalesDriver数据库提取数据**19.5万**
- 通过**微信朋友圈、微信搜一搜与订阅号消息盒子、微信视频号、微信公众号文章**投放基于人群包的定向信息流广告
- 4个项目合计曝光**40W+**，**点击4000+**，单个MQA产出**324元**，ABM营销获客效率提升**400%+**

324
元/个

MQA获取单
价

400%
+

ABM营销获
客效率提升



某工业品超市通过巨量引擎对目标用户推广促销活动，1周内产出MQA 32条，合格率96.97%



该工业品超市期望对全国大中型企业的采购、管理者、老板推广他们的促销广告语活动，挖掘采购需求，寻求更精准、高效的营销增长，考虑到行业特质，该项目通过巨量引擎开展

- SalesDriver提取全国规模500人+的工业行业企业中的**采购、生产管理、老板数据16万+**
- 通过研究工业领域用户习惯，发现该类型用户在**抖音活跃度更高**，选择抖音作为本次投放的主要平台，辅助以今日头条、番茄小说、西瓜视频等生态平台
- 同时对该品牌的转化路径进行优化，从APP内3步转化更改为平台内一步转化，1周内产出**33条注册留资，MQA 32条，合格率96.97%，MQA成本330元**

96.97
%

MQA合格率

330

MQA成本



某仿真软件通过定向信息流进行内容营销，确保内容精准触达目标用户，提高内容转化效果



是保持成本不变的前提下，
优化声学包，降低车内声压级？

还是在保持车内声学水平不变的前提下，
降低声学包成本？

- 1 SEA仿真分析
- 2 整车SEA模型创建
- 3 载荷识别试验
- 4 吸隔声材料特性测试
- 5 SEA模型对标
- 6 声学包子系统贡献量分析及整车声学包优化

— 6步完成 —

NCTs厚度优化
覆盖率增加可提升声学包性能3dB
覆盖率不变可使声学包成本降低30%

立即下载

《Hyundai轻卡驾驶室声学包仿真与验证》工程应用案例

您的姓名*

手机号码*

公司名称*

邮箱*

下次自动填写，阅读并同意 [《授权书》](#)

提交并获取资料

该品牌作为全球知名汽车仿真解决方案供应商，在国内的内容营销方面投入一直较为薄弱，仅通过翻译海外blog和twitter来进行内容的获客与客户培育，效果一直不佳，渴望通过客户案例、白皮书等高价值内容提升营销的获客与培育效果

- 在SD数据库内提取全国大中型汽车制造、汽车零部件供应商数据**30W+**
- 考虑到汽车行业用户在抖音及字节生态有着更高的用户数量与活跃度，选择抖音、头条、番茄小说等**巨量内容矩阵进行投放**
- 选择该品牌的白皮书、案例等**高价值内容**作为内容营销offer，并使用抖音即创制作多条AI数字人口播视频，用于抖音投放
- 最终该品牌通过抖音对目标用户进行了2轮的精准内容触达，**曝光75W+**，并借此**获客200+**

75W
+

精准曝光

200+

高质量获客



感谢您的观看



Digitalmarketinglab公众号



Digitalmarketinglab视频号



Digitalmarketinglab知乎号

