

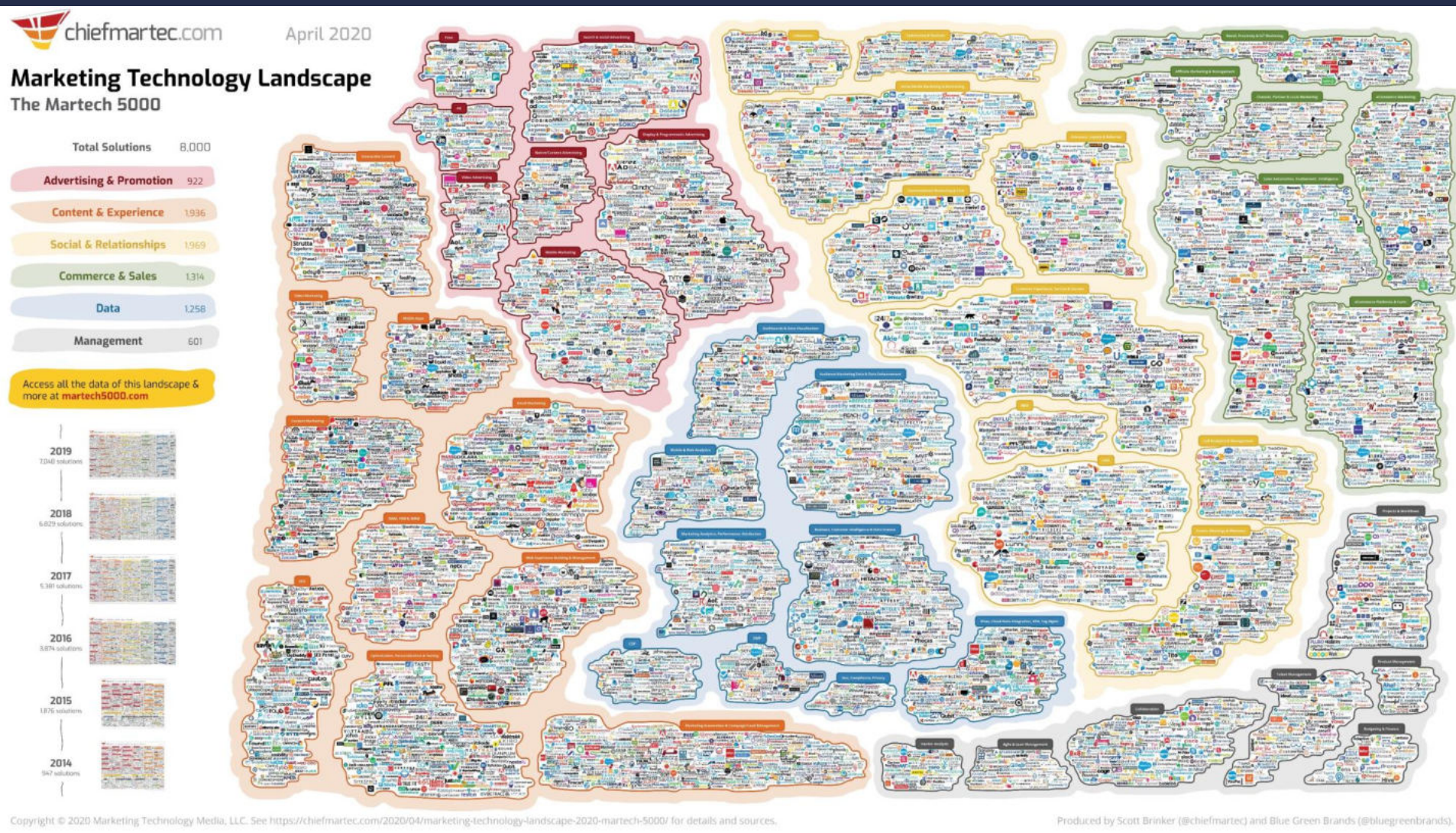


一站式营销云

如何助力中国B2B企业实现业绩增长

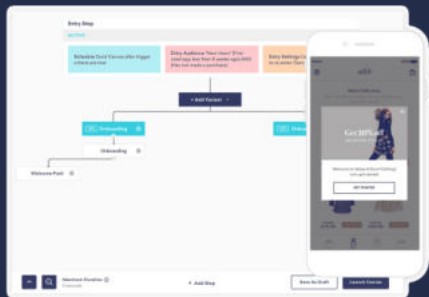
致趣百川联合创始人兼CMO 刘玺

► MarTech 8000



MarTech
「中美差距」
与
「中美差异」

营销技术在全球的发展



Eloqua成立，主推营销技术应用

1999



国内SCRM软件兴起，在传统CRM的基础上，附加了社交软件中的客户管理，使得覆盖的渠道更广泛、商业过程更高效

2015

Omni-Channel:

一站式营销概念开始应用

2020

2000-2008

Pardot、Hubspot、Marketo等纷纷兴起，自动化营销行业发展开始壮大

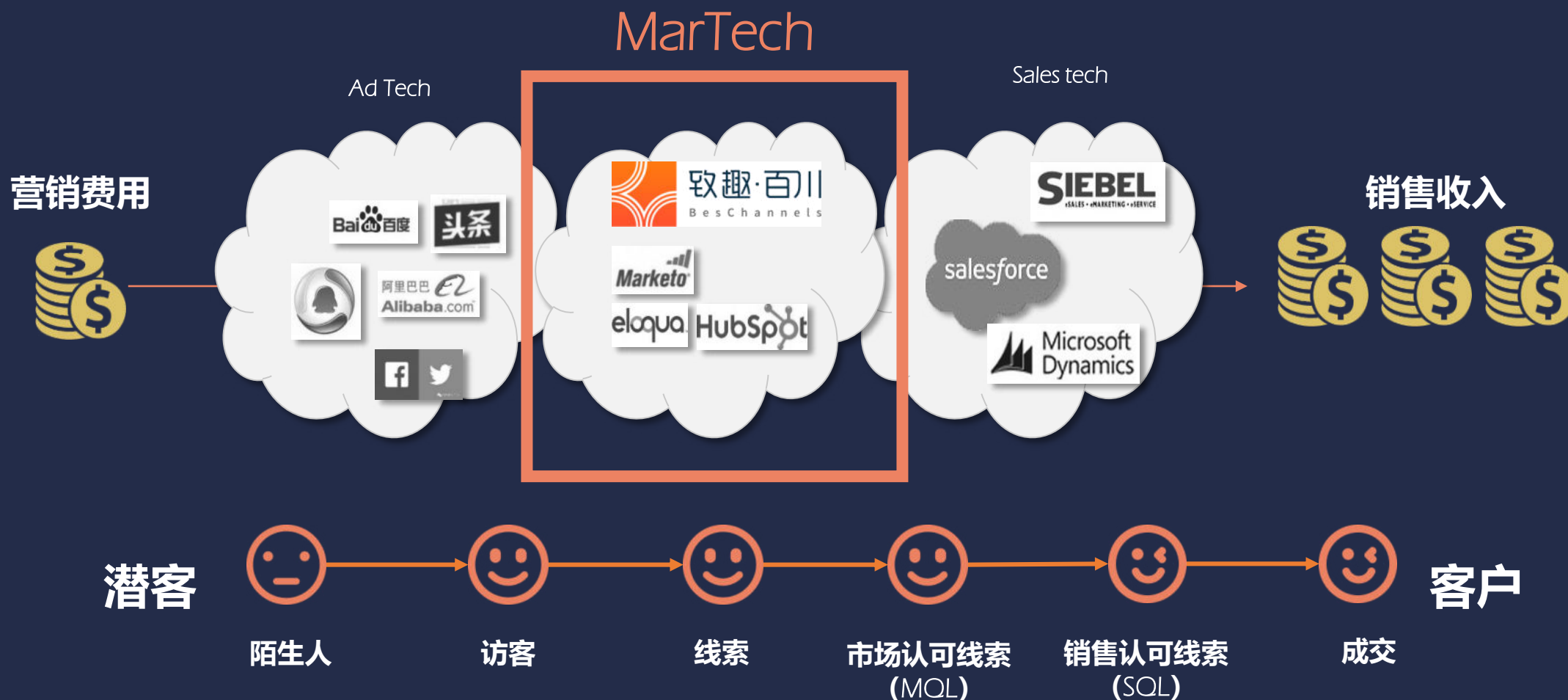
2018

MA概念被提出。

建立一个符合自身情况的客户生命周期模型，基于对每一个客户洞察，判断属于周期的哪个阶段



▶ 面对压力通过数字化转型降本增效



▶ 客观看待增长变量 打造完善市场销售体系

硅谷销售教父 Aaron Ross 《Predictable Revenue》



致趣百川B2B企业销售收入的预测公式：

$$\text{增长销售收入} = \text{原始市场漏斗} \times \text{成熟线索转出率} \times \text{销售转化率} \times \text{客单价}$$

Raw Leads Qualified Leads% Close Rate% Deal Size

获客和孵化

► 中国 ToB 企业需要合适的MarTech全栈方法论

致趣·百川
BesChannels



**B2B企业的案例
包装与传播**

陈小步
TOB品牌营销专家

致趣·百川
BesChannels



**工业企业数字化
营销策略**

杜忠
工业品牌营销实战专家

实战型KOL

MarTech 跨国对话

致趣·百川
BesChannels

**MarTech的下一个十年：
大数据将成为
过去时？**

MarTech 2030:
From Big Data to Big Ops

MarTech之父
Hubspot副总裁
Scott Brinker

致趣百川
创始人
何润

直播时间
04-27 / 14:00

限时免费报名 →
Register Now for Free

合作伙伴
Supported by

tobcgo CMO CLUB 麦肯锡



国际前沿观点

致趣·百川
BesChannels

**2021年
产品市场(PMM)策略与团队搭建
白皮书**

White Paper of Strategies and Talent Training for Product Marketing Manager (PMM)



致趣·百川
BesChannels

**2021年B2B企业内容
营销趋势报告解读**

2021 Report Of Content Marketing Trend In B2B Industry

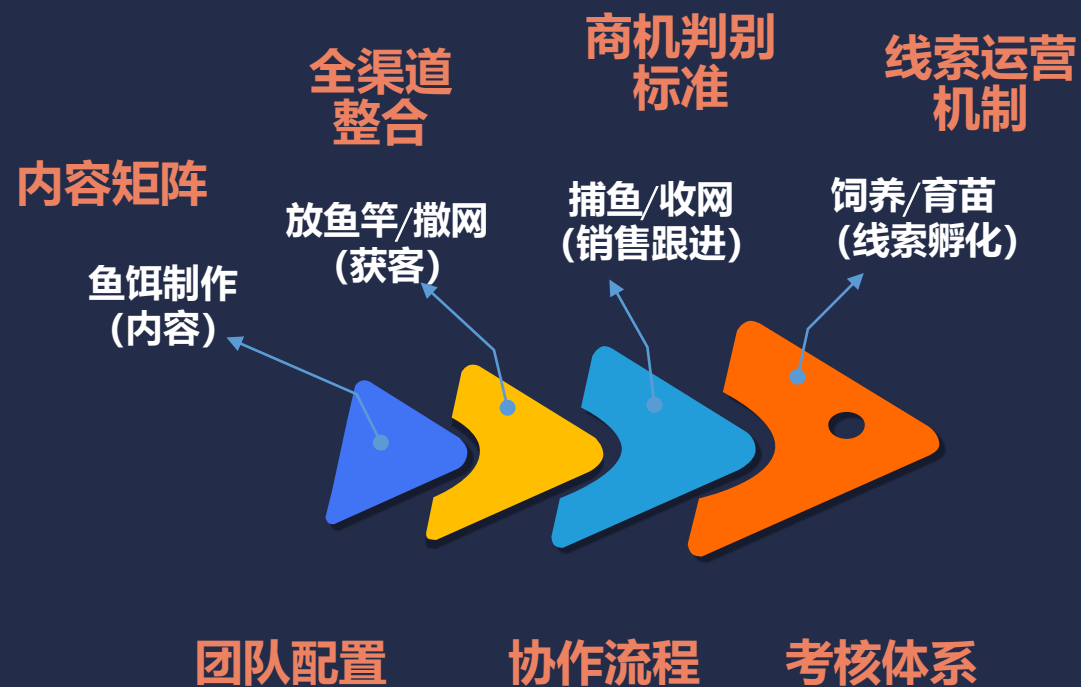


实战方法论

► 从理论到实践——致趣百川仍在路上



鱼池养鱼2016



鱼池养鱼2020

一站式营销云的五大功能体系

01 内容管理平台 (CMS)

官网内容

服务号内容

小程序内容

Minisite

邮件内容

投放内容

线下物料

05 营销自动化 (MA)

User journey

创意+内容

关键节点

CTA

AI机器人

智能客服

02 活动管理平台 (EMA)

线上直播

线下活动

活动邀约

活动报名

活动签到

活动统计

03 社交营销管理 (SCRM)

全员营销

溯源海报

电子名片

企业微信

线索分派

线索跟进

04 客户营销数据平台 (CDP)

全渠道客户数据

用户画像

Union id+手机

ABM挖掘

企业数据对接

广告数据

线索打分

线索分级

MarTech
(营销科技)



以客户为中心的数据驱动B2B营销带来业绩增长



获客



孵化



营销闭环



以客户为中心的数据驱动B2B营销带来业绩增长



获客



孵化



营销闭环

原始市场漏斗

Raw Leads

▶ 搭建适用于B2B的多渠道营销获客矩阵



	官网	服务号	微站 Mini site	小程序	视频号	微信群
用户注册	√	√		√		
内容发布	√	√	√		√	√
活动报名	√	√	√	√	√	√
活动提醒		√		√	√	√
产品更新	√	√				√
在线直播	√	√	√	√	√	

Open ID+手机号

► 全员营销-社交营销SCRM

全员营销



分享传播



电子名片



资料文档



▶ 获客案例1：通过社交营销实现获客

发动销售的洪荒之力，通过口碑营销实现活动报名4000+

2020年上半年，较2019全年实现
700% 线索增长



溯源海报

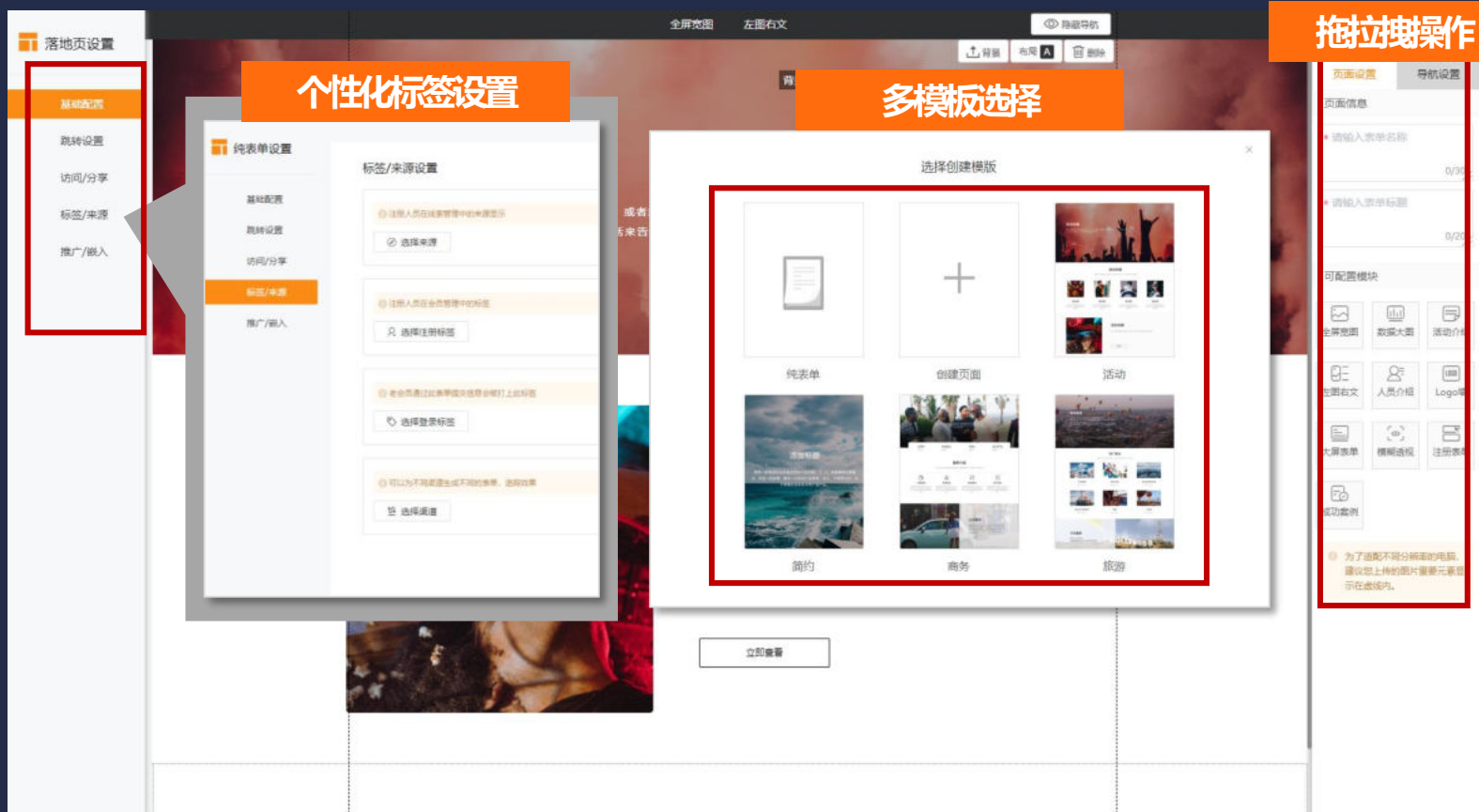
传播星空图

01

内容管理-0代码快速配置网站落地页

落地页&表单模板

- 丰富的风格模板
- 更便捷的拖拽操作方式
- 灵活的场景支撑，支持会议、资料等网页的宣传投放
- 追踪来源，记录行为轨迹
- 详细的网页数据报告
- 支持搜索引擎优化



01

内容管理-可承载丰富内容的移动微站(Mini site)



流量引流

- 支持多渠道投放
- 支持搜索引擎收录
- 充分利用各渠道流量



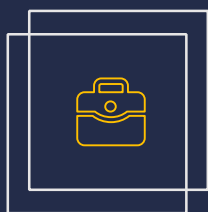
数字服务

- 线上客户服务
- 信息查阅、下载



信息展示

- 品牌介绍
- 最新动态
- 产品/解决方案
- 可独立于官网进行更新



提升留存

- 提升客户获取效率



获客案例2：企业官网社交化

从2019年至今
实现年新增线索3倍增长

Life Is On 示例

集营销和服务于一体，并收集用户的微信表单和行为数据，与销售数据打通

中国移动

69%

13:28

智能配电

Life Is On

施耐德

点选访问 EcoStruxure 电网

产品速查

行业解决方案

资料与工具

成功客户故事

新品推广

热点新闻

产品速查

智能配电

创新峰会

原厂服务

关键电源

探索EcoStruxure

防伪查询

数字楼宇

行业应用

支持中心

工业自动化

我要采购

在线客服

智能家居

会员中心

≡ 求帮助

≡ 查业务

≡ 看施家

查业务

智能配电

FUTURE

点选访问 EcoStruxure 电网

产品速查

行业解决方案

资料与工具

成功客户故事

新品推广

热点新闻

查询不同应用领域的解决方案、产品、案例等

产品速查

住宅及小型建筑业务

能效楼宇业务

低压配电产品设备

中压配电及能源自动化

关键电源与制冷

工业自动化

按照产品分类，快速查询产品

产品详情

C86清雅系列

清新典雅 简洁大方

产品介绍

资料下载

查看产品详情和参数，并支持产品资料下载

资料下载/采购/咨询CTA

C86清雅系列

CCG_certificate.pdf

CCG_certificate.pdf

CCG_certificate.pdf

CCG_certificate.pdf

CCG_certificate.pdf

需求采购

我要采购

在线客服

设置多个留资CTA，收集客户的行为数据

留资表单

我要采购

请填写下方的表格

姓名*

姓名*

名字*

名字*

电话(区号+固定电话/手机号)*

电话(区号+固定电话/手机号)*

邮箱*

邮箱*

公司*

公司*

国家或区域*

中国

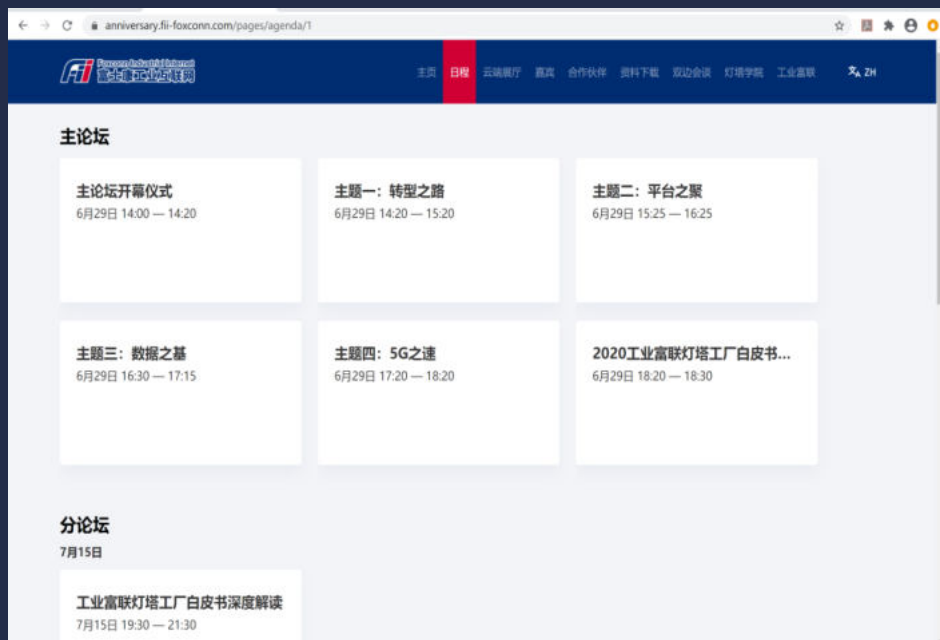
省份

下载需先完成留资，收集客户的注册信息

▶ 活动管理——数字化会议营销



活动官网



微信会议中心



现场互动, 会议材料



利用小技巧, 获客效果加倍

线下会场海报投放



现场签到快捷, 数据统计实时

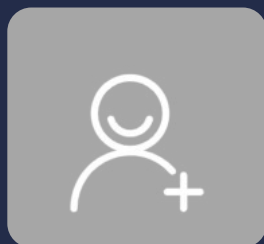
▶ 获客案例3：活动管理在线化Event Hub

使用MarTech做微信、短信、邮件、销售定邀，
报名注册人数实现200%增长！





以客户为中心的数据驱动B2B营销带来业绩增长



获客



孵化



营销闭环

成熟线索转出率

Qualified Leads%

► 孵化第一步：全渠道数据打通



▶ 第三方数据打通，企业数据补全



- 万级单位机构词条
- 百亿级企业知识图
- 2400+产业链企业关系图谱



通过亿级企业数据，帮助客户深度挖掘企业、高管、法定代表人、产品、产业链间的复杂网络关系，并为客户进行企业发展风险指数模型、风险传播评估等服务提供强大的数据支持。

► 企业信息数据抓取，实现360°企业画像



精准客户画像

基于历史客户，构建精准客户画像，让企业员工对客户有统一，清晰的认知。



线索维度补全

对企业CRM内线索所需的关键维度信息进行补全，并根据模型对其进行评分排序，提升线索转化率。



精准挖掘优质客户

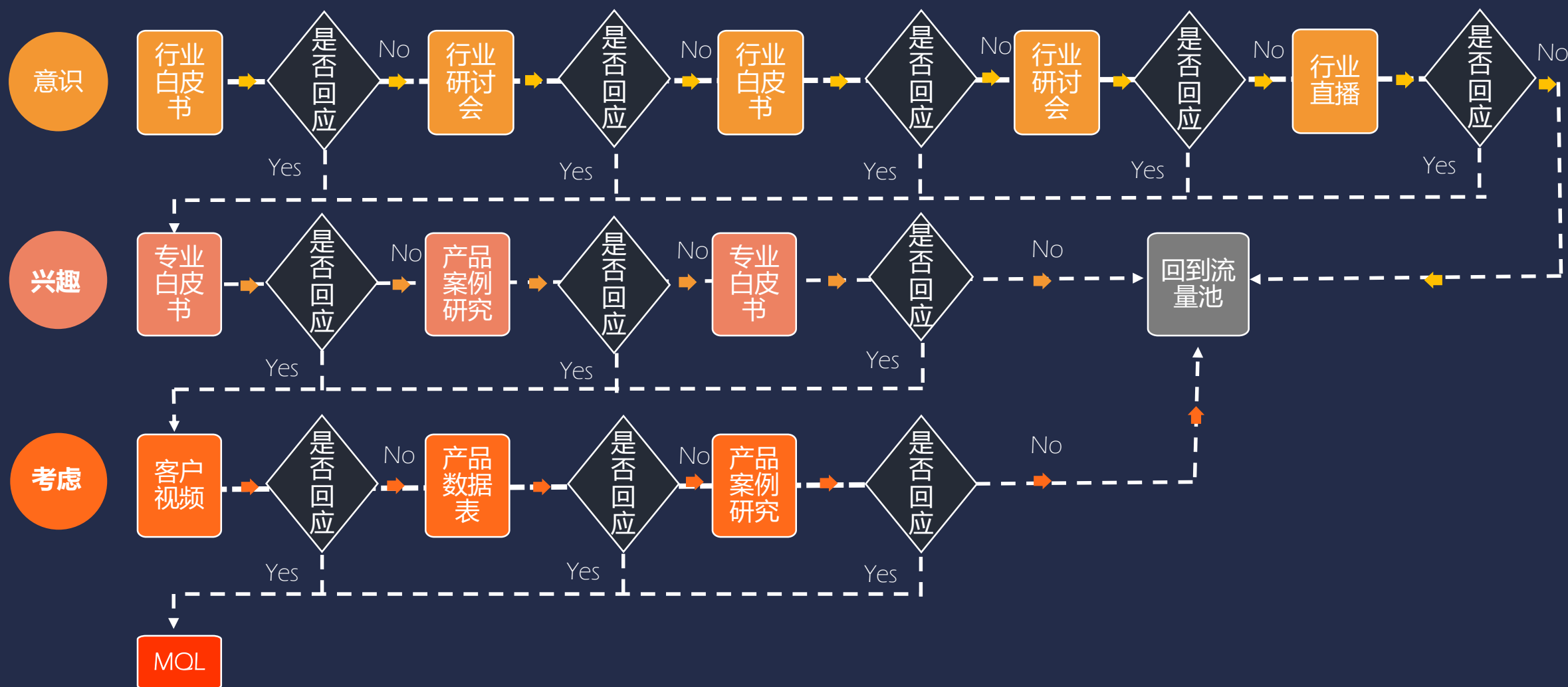
基于精准的客户画像，使用lookalike及数据标签，快速挖掘精准的优质客户线索。

► 孵化第二步：建立B2B营销内容矩阵

根据不同阶段，投放不同内容

	早期阶段（意识/兴趣）	中期阶段（考虑/意图）	后期阶段（评价/购买）
图文	73%	21%	6%
案例研究	18%	42%	40%
电子书	56%	39%	6%
线下活动	35%	33%	32%
互动内容	46%	46%	8%
官网	57%	35%	7%
视频	54%	40%	6%
网络研讨会	36%	47%	17%
白皮书	34%	53%	14%
其他类型内容	36%	37%	27%

► 孵化第三步：建立B2B自动化培育策略



► 孵化第四步：线索打分，客户分级

针对 Profile 和 Engage 进行打分，高分线索转出跟进

Profile

- 公司名
- 公司地址
- 联系人职位
- 公司规模
- 公司行业
- ...



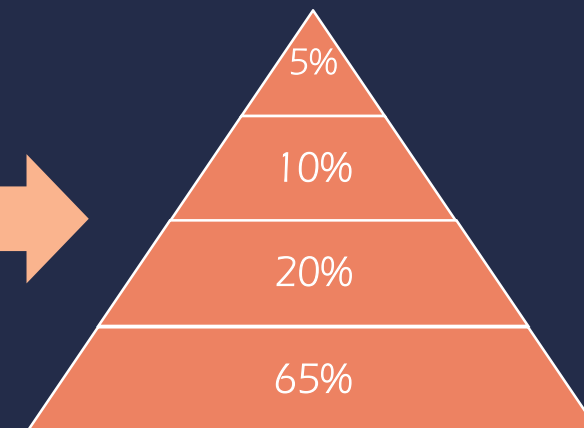
Engage

- 官网互动频率
- 微信互动频率
- 最近互动时间
- 线下活动参与情况
- 线上直播参与情况
- ...



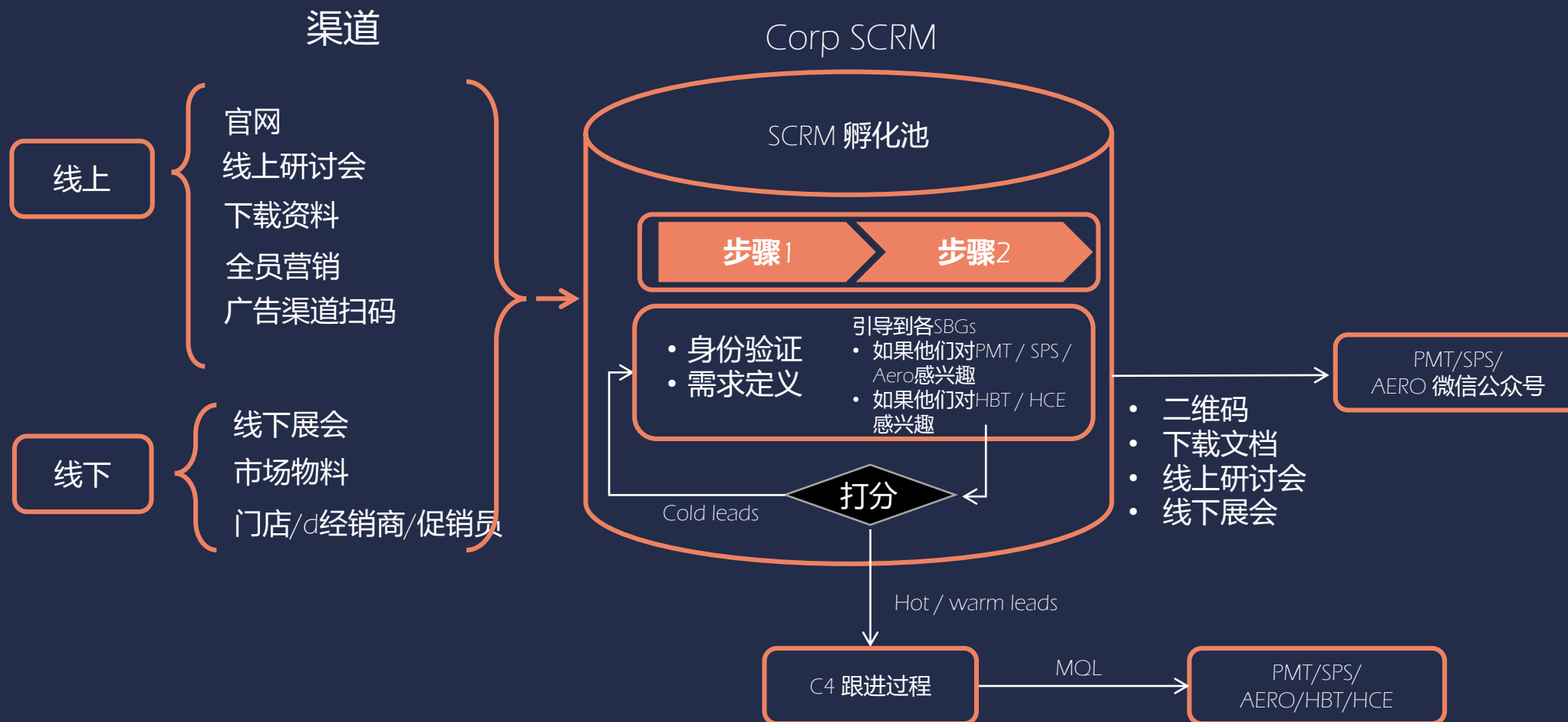
权重

- 用户字段占比打分权重
- 行为占比权重
- ...



加分设置		客户行为		分值设置	
客户行为		每次分值 (140)		累加次数上限	
点击	☒	5	分	2	次
分享	☒	10	分	3	次
收藏	☒	10	分	3	次
观看(线上)	☒	20	分	3	次
观看(线下)	☒	25	分	3	次
参会	☒	40	分	3	次
下载资料	☒	15	分	3	次
观看直播	☒	15	分	3	次
内容行为		每次分值 (50)		累加次数上限	
点击	☒	5	分	2	次
分享	☒	10	分	6	次
收藏	☒	10	分	6	次
下载	☒	10	分	6	次
观看直播	☒	15	分	6	次

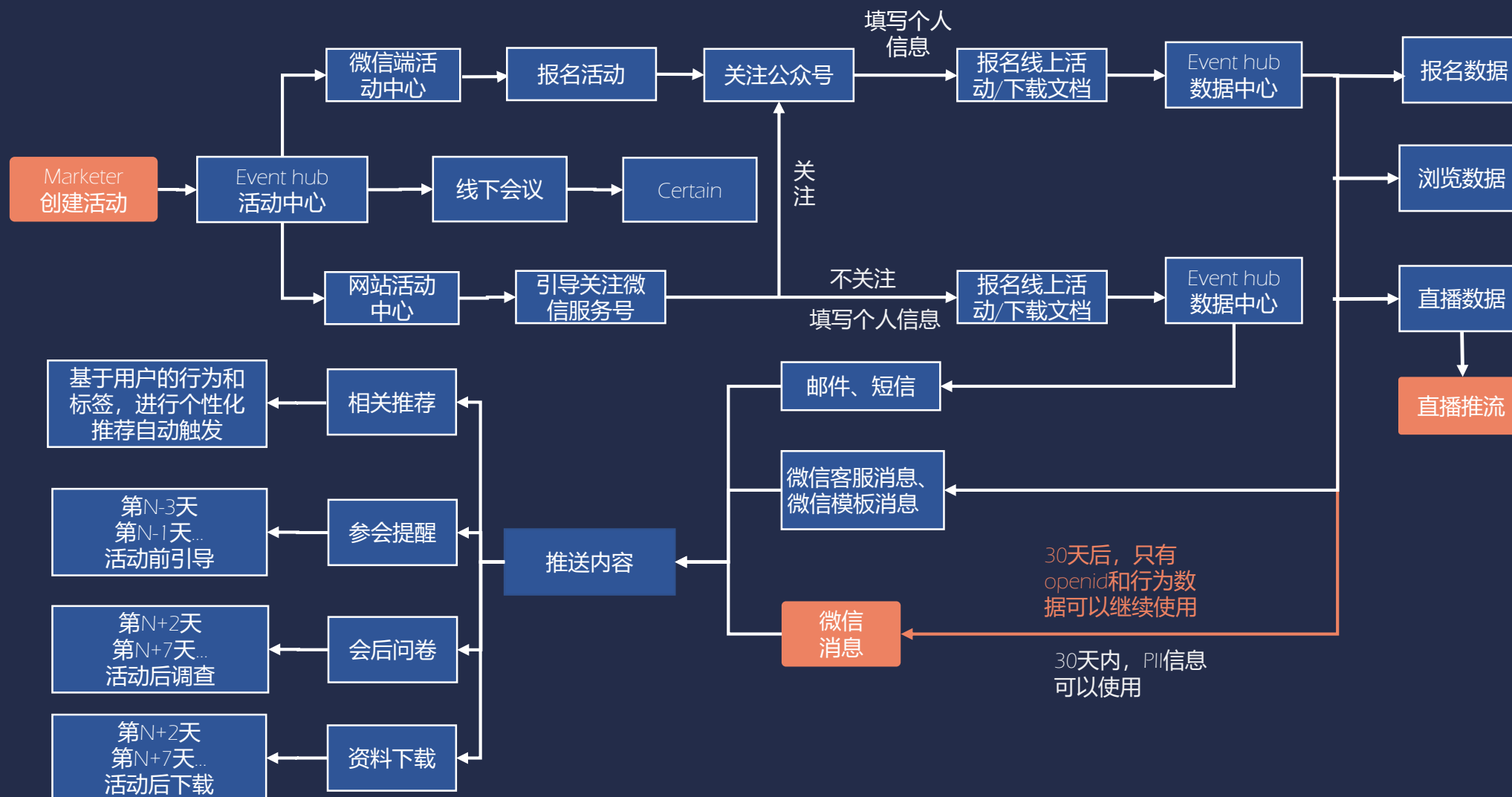
► 孵化案例1：制造业企业线索打分 客户分级



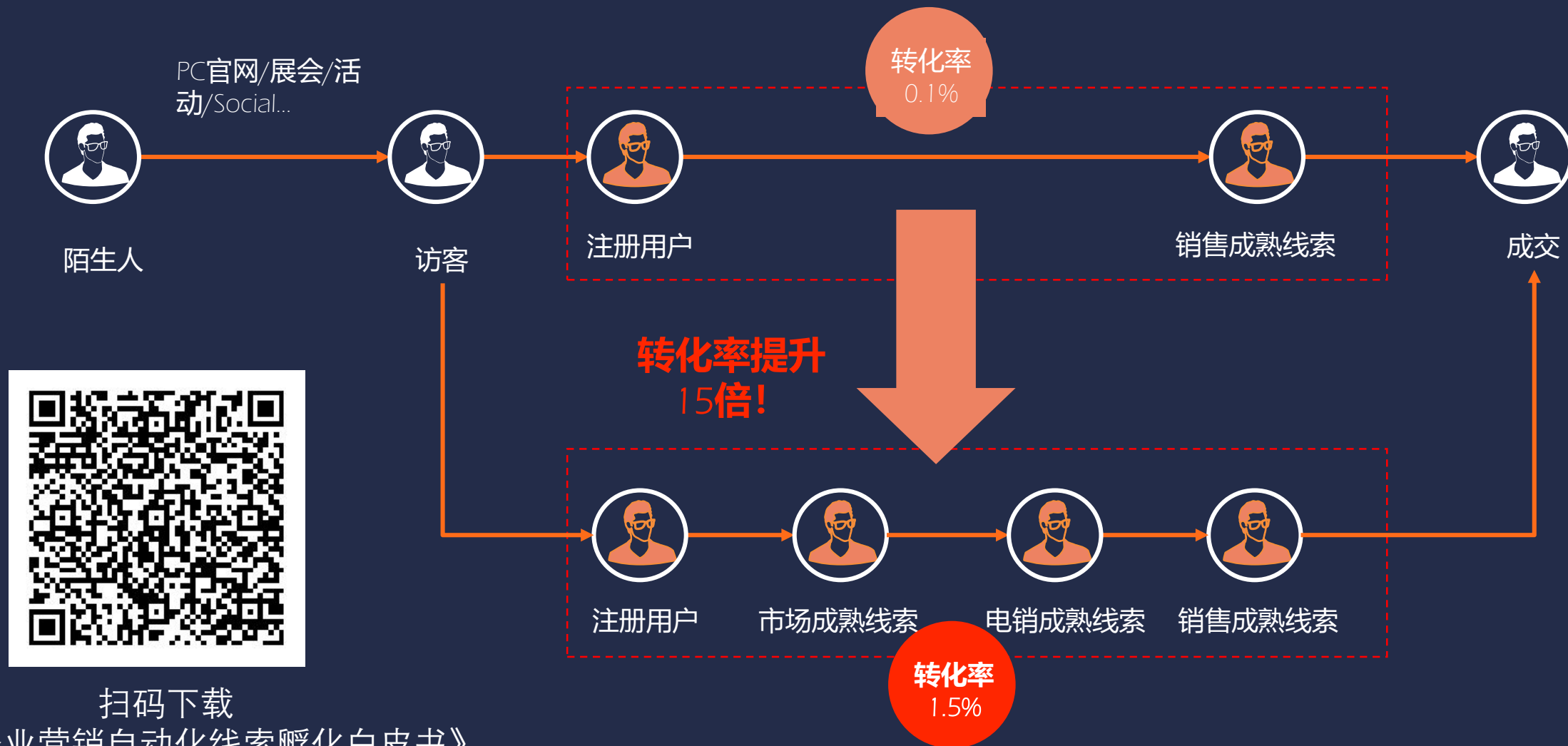
► 孵化案例2：线索流转路径



► 孵化案例3: EventHub整体数据流向



▶ 通过MarTech孵化，线索将大幅提升转化率





以客户为中心的数据驱动B2B营销带来业绩增长



获客



孵化



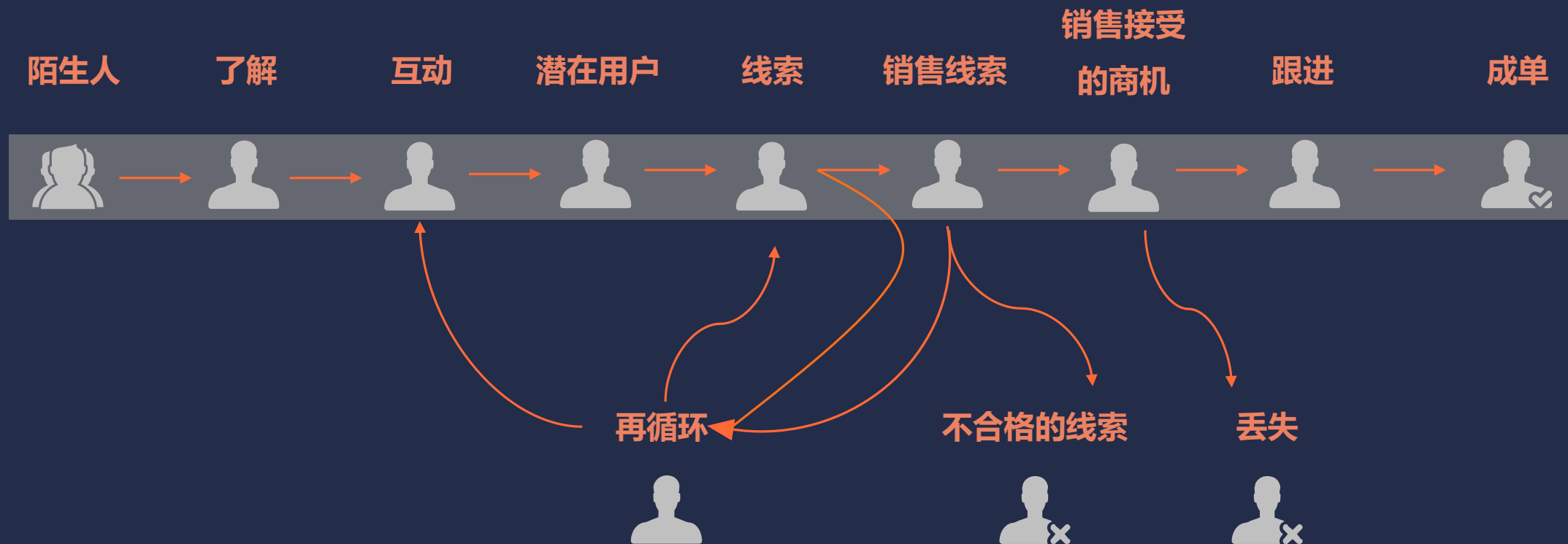
营销闭环

销售转化率

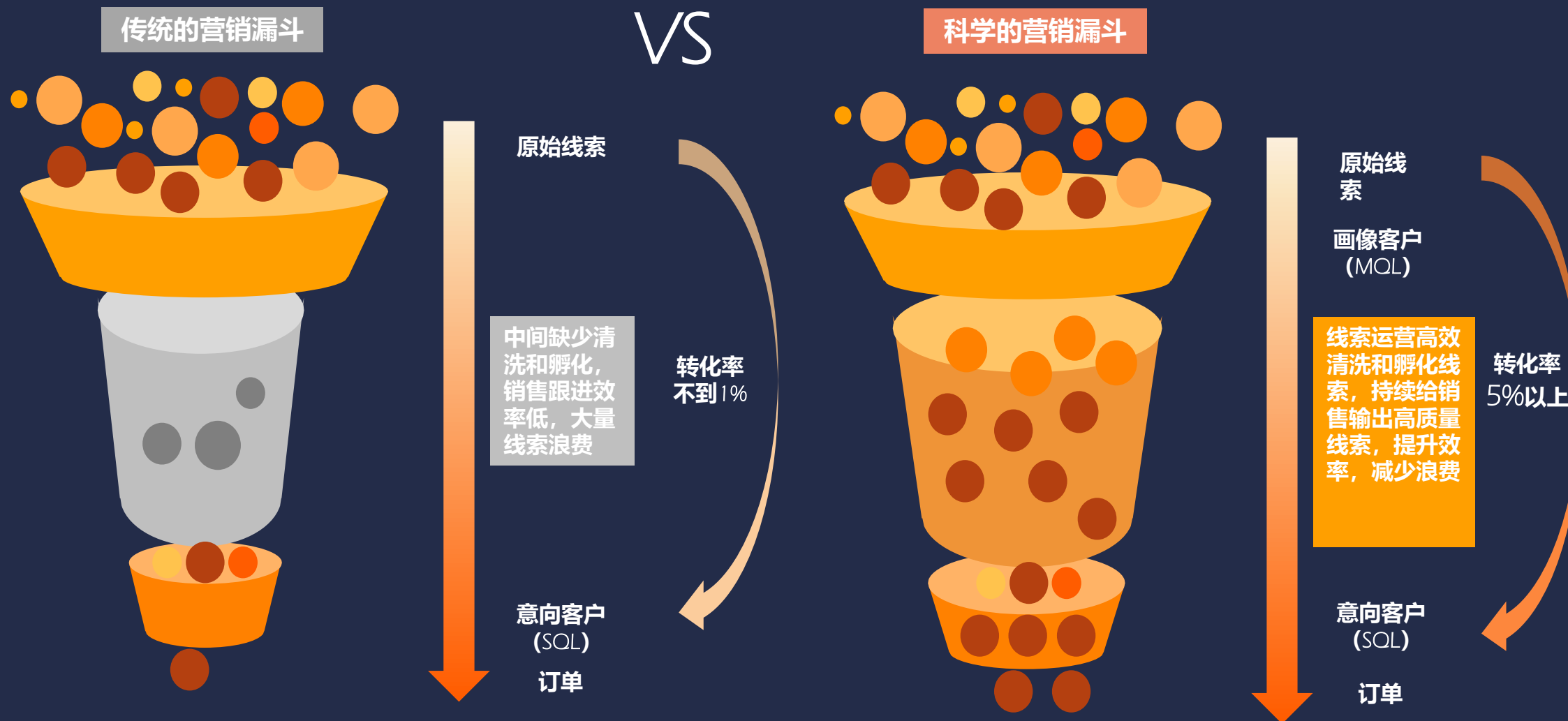
Close Rate%

▶ 跨职能协作：漏斗内部的协作

跨职能协作的交付和产出是一个流程和完整的工作表，它使各团队更好地协作，并使得市场团队和销售团队可以在关键业务目标/驱动因素上达成一致。

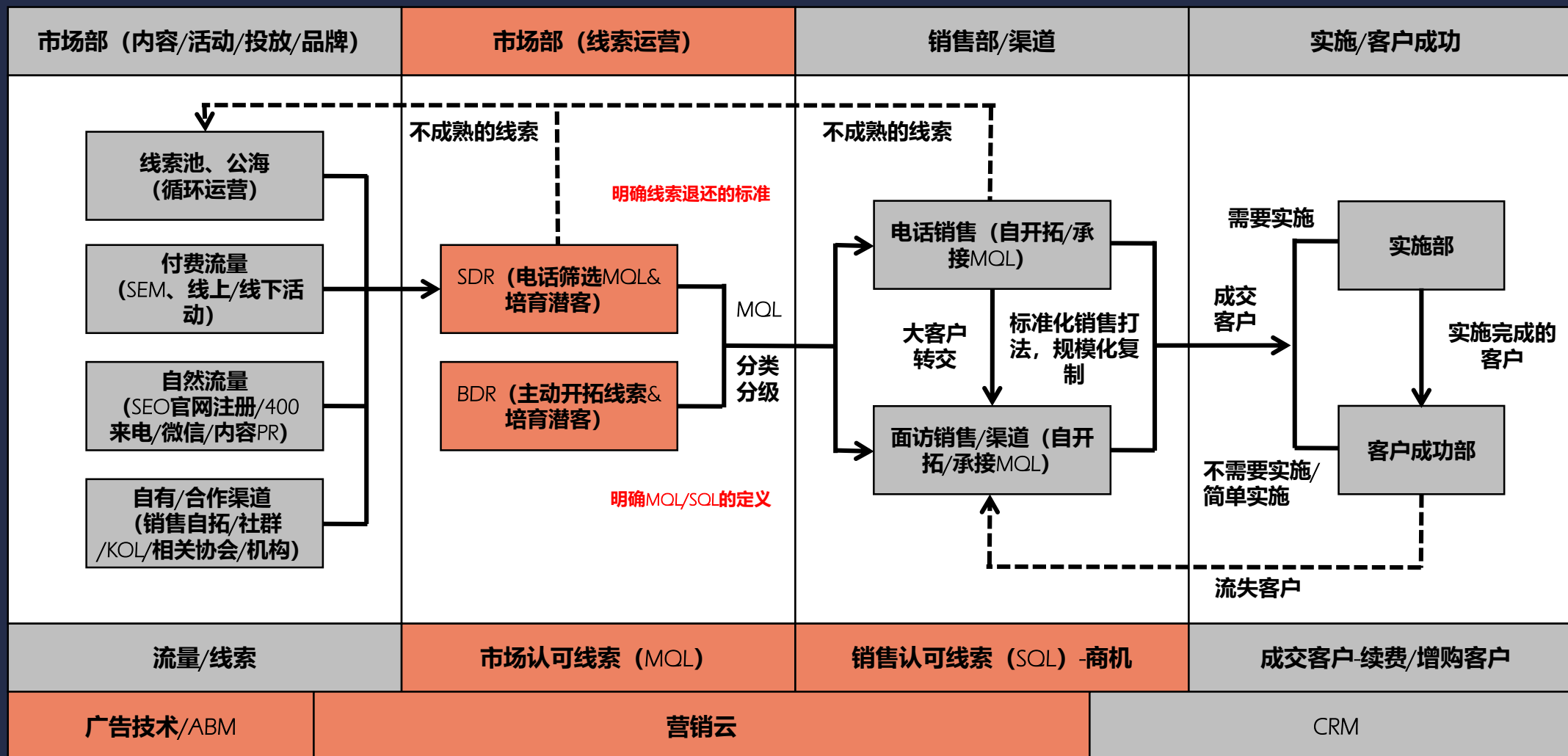


▶ 线索运营的必要性：提升线索转化、减少浪费



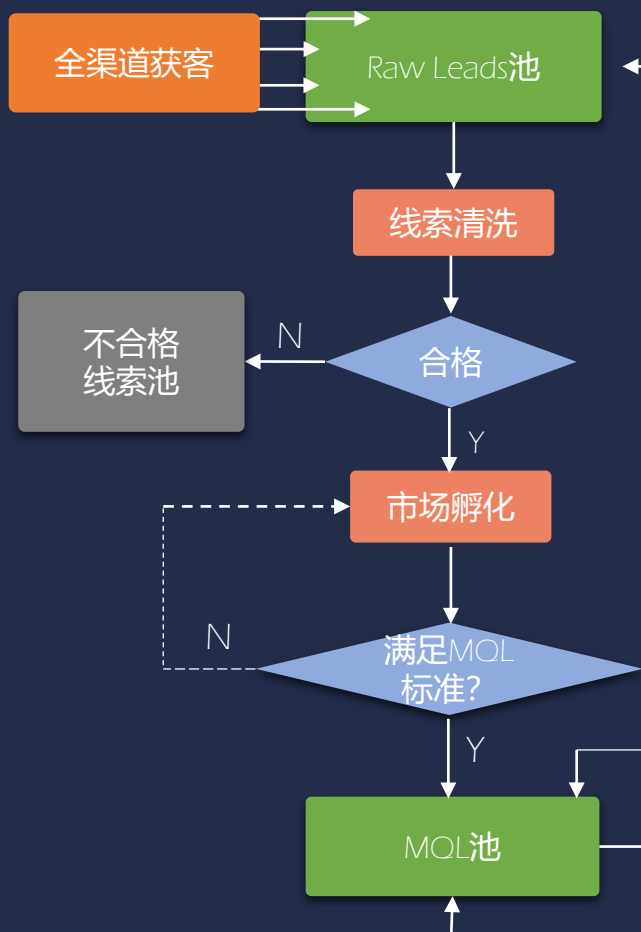
注：针对客单价较高的B2B行业，且线索量较大的情况下，则需要设置线索运营岗位

线索运营在整个业务流程中的位置

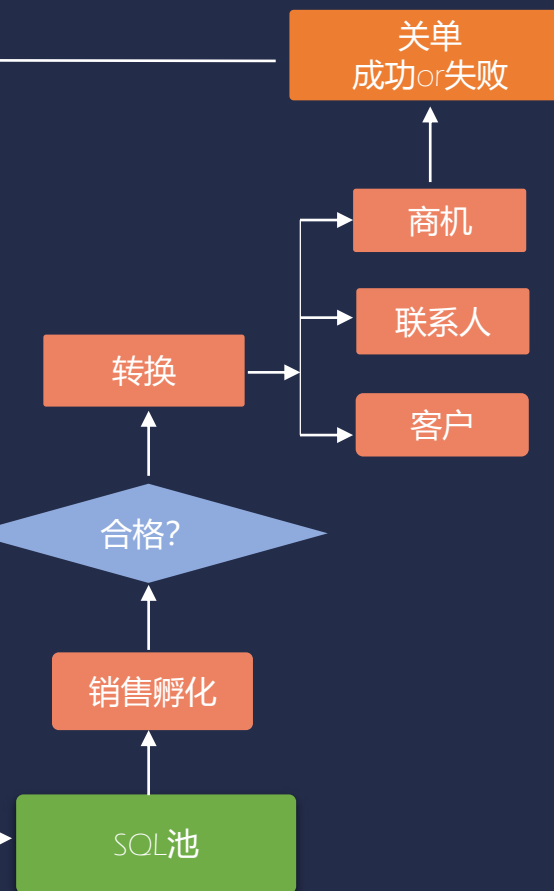


有效打通SCRM与CRM

致趣SCRM—始于获客、长于转化



客户CRM—终于关单



关单信息同步

线索分派与质量确认

新线索模板消息提醒



名下客户报名活动通知



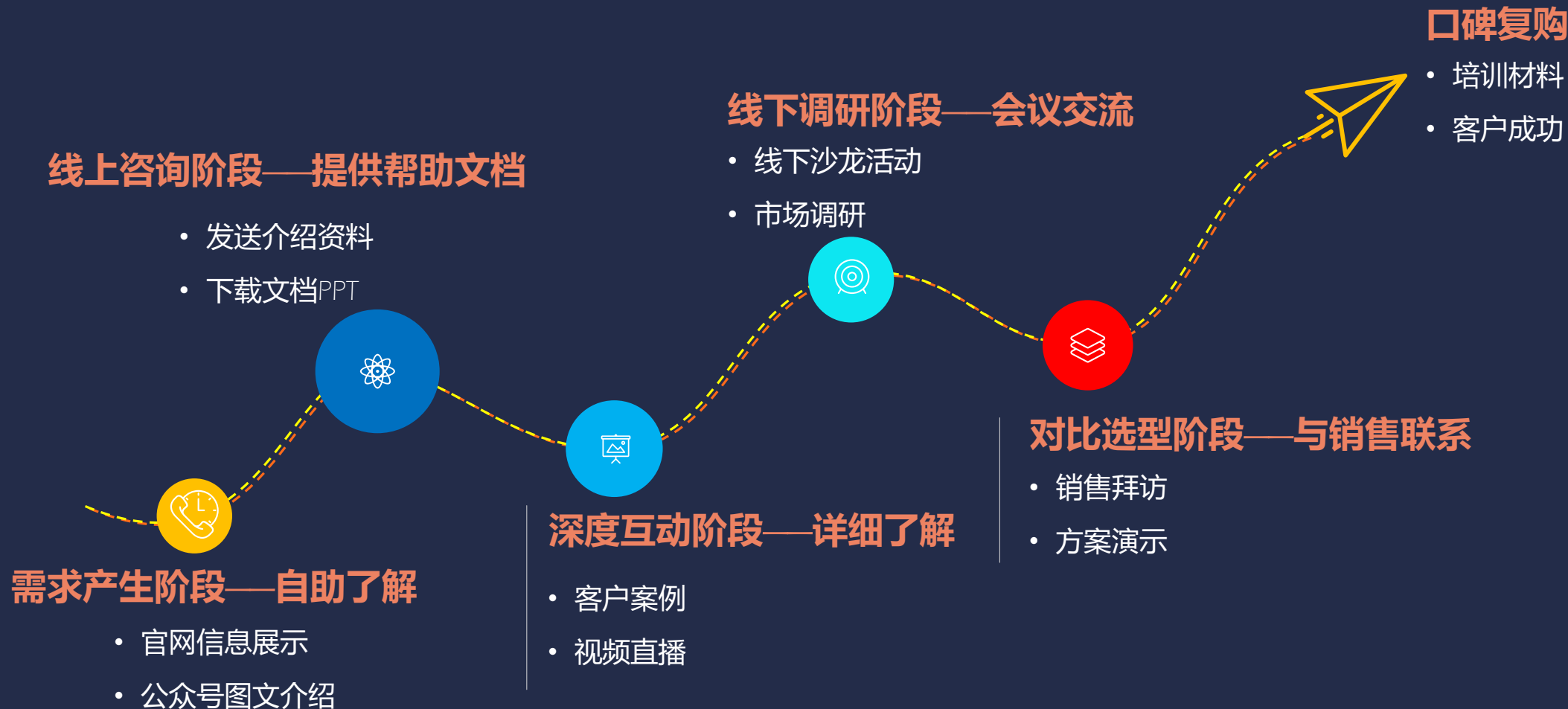
电话沟通



SQL确认



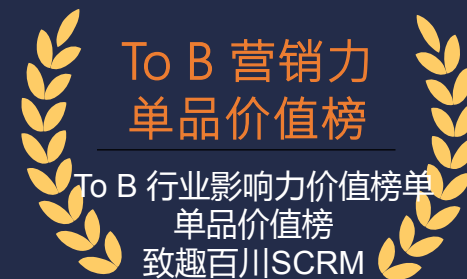
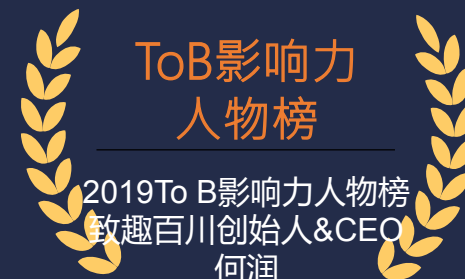
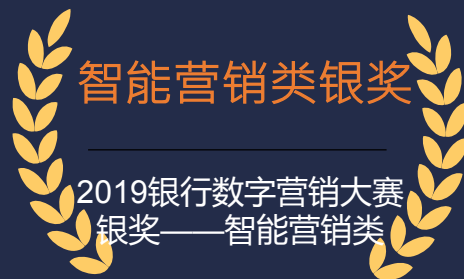
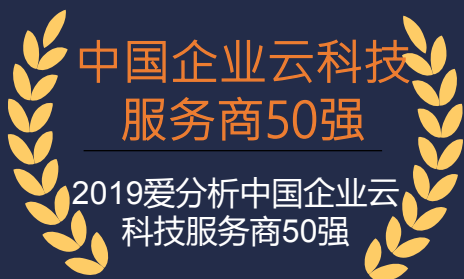
► 根据客户所处阶段匹配营销动作



公司发展历程：高速增长的背后是十年如一的聚焦和深耕



行业荣誉：成功斩获多项行业权威大奖





超过300+国内外大型企业共同选择

科技软件



工业制造



专业服务



医疗医药





THANKS

