

起势2020

百度品牌营销  
四大场景解决方案

百度营销中心

# 分享我的直播间 可以参加抽奖哦！哒哒~

## 抽奖规则：

主播倒数开始后，点击左上角关注“百度营销中心”并通过右下角的分享按钮将直播间分享至微信群，Hi群、朋友圈等同事或客户可以看到的地方~~

- ✓ 主播会在分享成功的提示中随机抽取一名同学，关注并公布
- ✓ 此互动环节在整节直播课中将进行一次，共计抽取一名获奖同学

## 领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的这位同学取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“交换的寂寞” “Andyhu0102” 3月10日中奖的“冰冰爱琪琪” “网络砖家号” 四位同学回复私信信息，领取奖品~

Round 1



起势2020

百度品牌营销  
四大场景解决方案

百度营销中心

用户使用时长增速放缓、信息过载及分散，使品牌说服力越来越弱...  
广告主面临巨大挑战

人口红利见顶



信息过载



碎片化传播



品牌如何穿透迷雾，竞争“出位”？

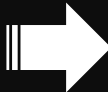




选认识的  
知名度

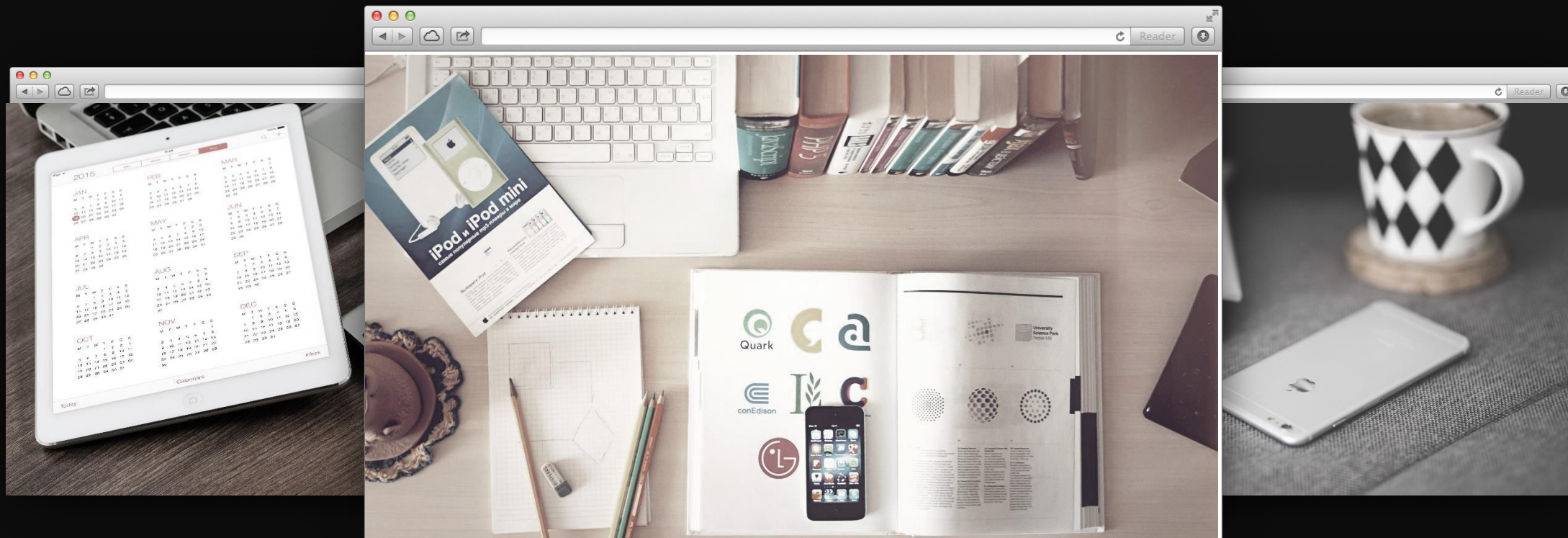


选熟悉的  
识别度



选懂我的  
好感/忠诚度

# + 好的“舞台”会让品牌自带光环



02

## 影响决策

攻占心智，影响消费决策  
赢得长期信赖和忠诚

01

## 信用背书

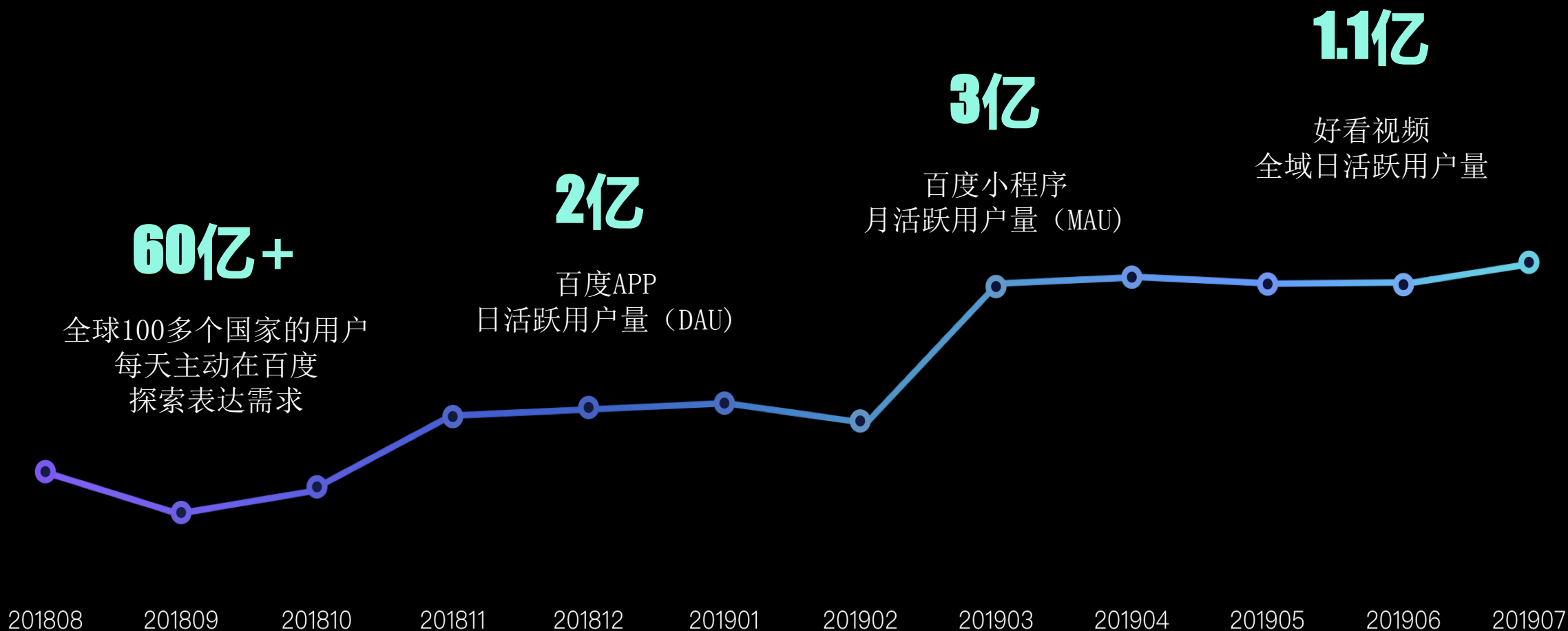
获得更高的关注  
赢得更深的信赖

03

## 识别性

目标受众高识别  
品牌主张更具说服力

# 百度：中国最大的以信息和知识为核心的移动生态





## 在突发事件中，百度大公共平台的权威属性尤为凸显

- 百度APP疫情期间日均服务用户**10亿+**人次



# 百度全域内容生态，深度服务用户，为用户决策提供全方位信息支撑

一站式搜索&资讯平台  
满足用户搜+推需求

- **60亿+**百度搜索每日搜索响应量
- **150亿+**百度信息流日均推荐量
- **10亿**百度信息流广告展现量
- **240w**百家号内容创作者

搜索  
资讯

一站式互动&娱乐平台  
满足用户互动娱乐需求

- **新鲜** 百度热榜/话题
  - **惊喜** 明星驻站
  - **有趣又有用** 短视频
- 1.1亿+**  
好看视频日活用户

互动  
文娱



知识

- 百度 • **5.1亿** 累计问答对话
- 知道 • **1.5亿** 累计答题用户

- 百度 • **1600万** 百科词条
- 百科 • **689万人** 参与词条编辑

- 百度 • **500万+** 经验内容
- 经验 • **60万** 达人参与撰写

- 百度 • **5亿+** 文库文档
- 文库 • **3000万+** 文献贡献者

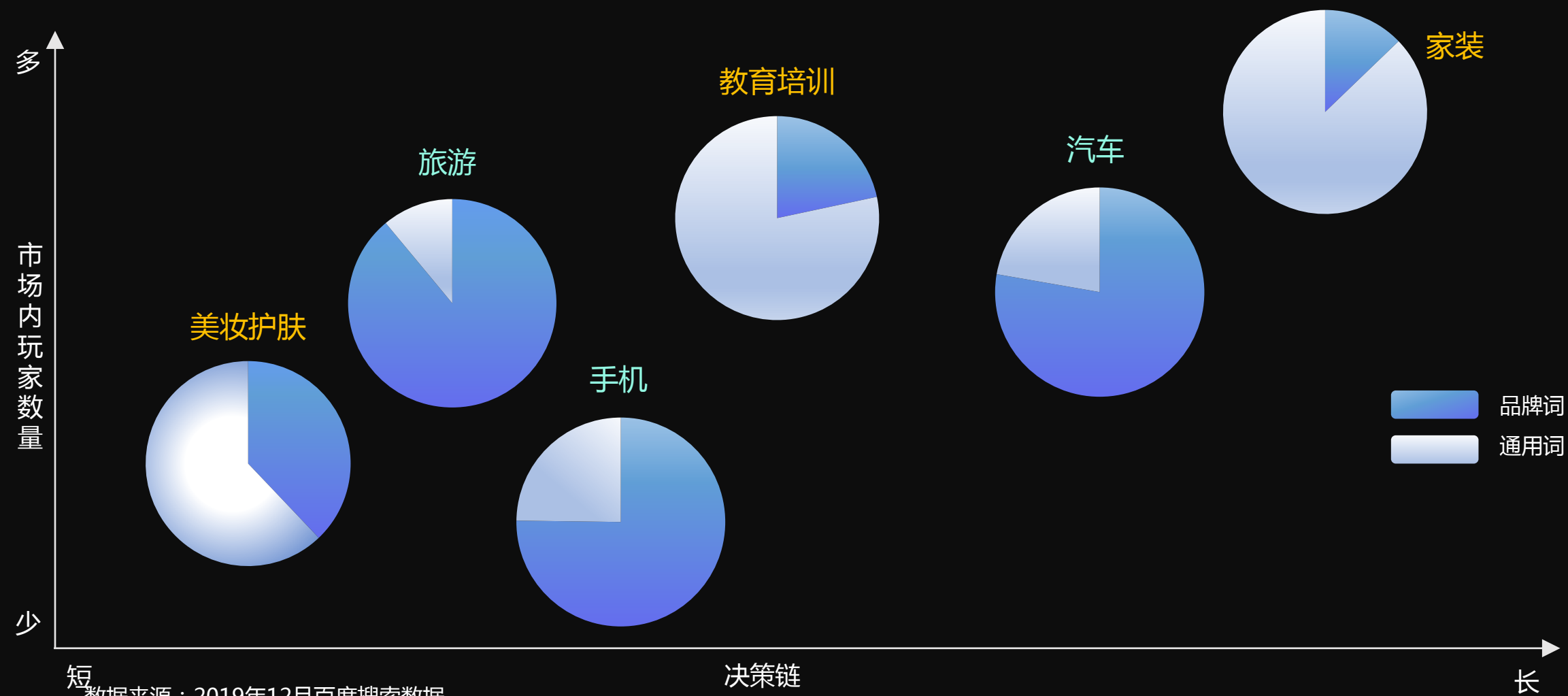
- 百度 • **4.2亿** 学术文献
- 学术 • **120万+** 国内外学术站点

- 宝宝 • **9000万+** 母婴问答
- 知道 • **20万人** 参与母婴内容生产

一站式知识满足平台  
满足用户知识需求

# 网民持续通过百度来建立对品类和品牌的认知

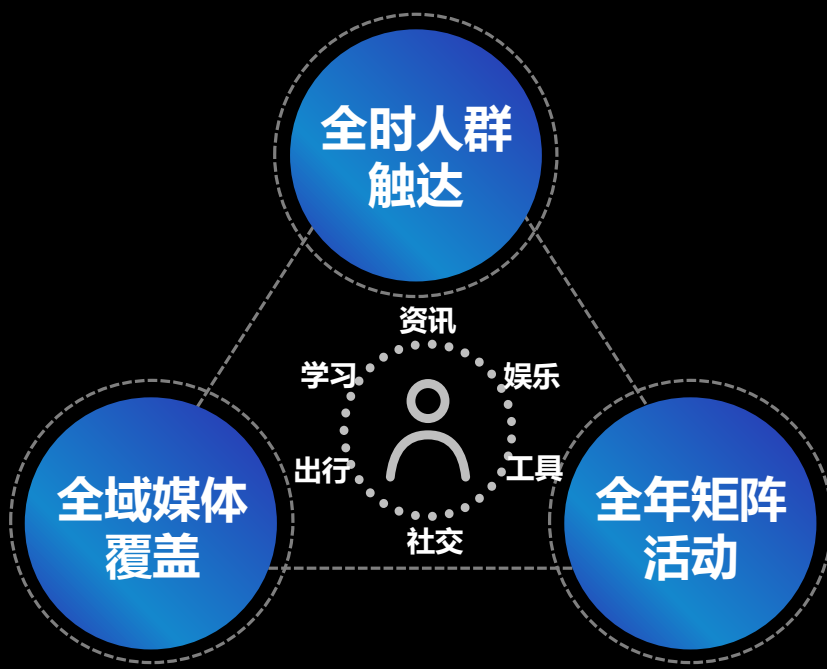
- 汽车、手机、旅游（含目的地品牌）等行业用户更多通过搜索品牌相关内容获取信息，如宝马汽车、小米手机等，品牌对其决策影响大；
- 家装、美妆护肤、教育培训等行业用户更多通过搜索通用词相关内容获取信息，如家装效果图、日语培训等，此类行业在百度的品牌建设空间大。



数据来源：2019年12月百度搜索数据



## 海量媒体矩阵及活动矩阵，全域、全时、全场景触达影响用户



海量（N家）媒体矩阵  
24小时全媒体全场景覆盖用户

## 海量（N个）活动矩阵 全年全资源全节点吸引用户

# 大数据能力+技术驱动，实现品牌创意个性化、精准化触达



# + 百度品牌营销，助力广告主打造难以被撼动的品牌原力



**1、信用背书**——百度强势的用户覆盖能力和大公共平台的权威属性为品牌背书，获得巨大的背景支持力量。

**2、影响决策**——百度全域内容生态深度满足用户需求，不断攻占心智空间，影响消费决策，赢得信赖和忠诚。

**3、高识别**——百度大数据和AI能力将品牌主张更好地传递给目标受众，增强品牌与用户的有效沟通。

# 参与答题互动 可以参加抽奖哦！哒哒~

## 抽奖规则：

主播倒数3秒开始后，大家通过弹幕发送问题答案，会在回答正确的同学中抽取一名幸运观众！切勿提前作答哟~

- ✓ 主播会在**回答正确**的同学中随机抽取一名，并公布
- ✓ 此答题环节在共将进行两次，共计抽取两名获奖同学

## 领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的三位同学（转发一名、答题两名）取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“交换的寂寞” “Andyhu0102” 3月10日中奖的“冰冰爱琪琪” “网络砖家号” 四位同学回复私信信息，领取奖品~如果在直播间的话请回复

Round 2



第一道题，参与答题互动，可以抽奖哦！哒哒~

请问，以下哪几项属于百度品牌营销的优势（多选）：

选项 G：百度具有强大的品牌背书能力

选项 I：百度丰富的内容生态能够全时全域全场景地影响消费决策

选项 L：百度强大的AI和大数据能力赋能品牌创意表达

# 如何在百度上做 品牌营销？



# + 常见的四种品牌营销应用场景及核心诉求

## 品牌营销 常见场景

**全新产品**  
*New launch*

对于全新上市的产品，快速曝光，迅速占领用户心智，使用户知晓，侧重口碑共建。

**持续沟通**  
*Always on*

持续建立品牌长期认知，并且不断维持品类占位，进行行业教育，维系与粉丝之间的关系。

**现有产品**  
*Re-push*

巩固明星产品的爆款地位，提升品牌美誉度，不断种草新用户，扩大市场份额。

**品牌PR**  
*Event*

结合公益慈善或其他热点等PR大事件，塑造品牌美誉度，进一步提升品牌形象。

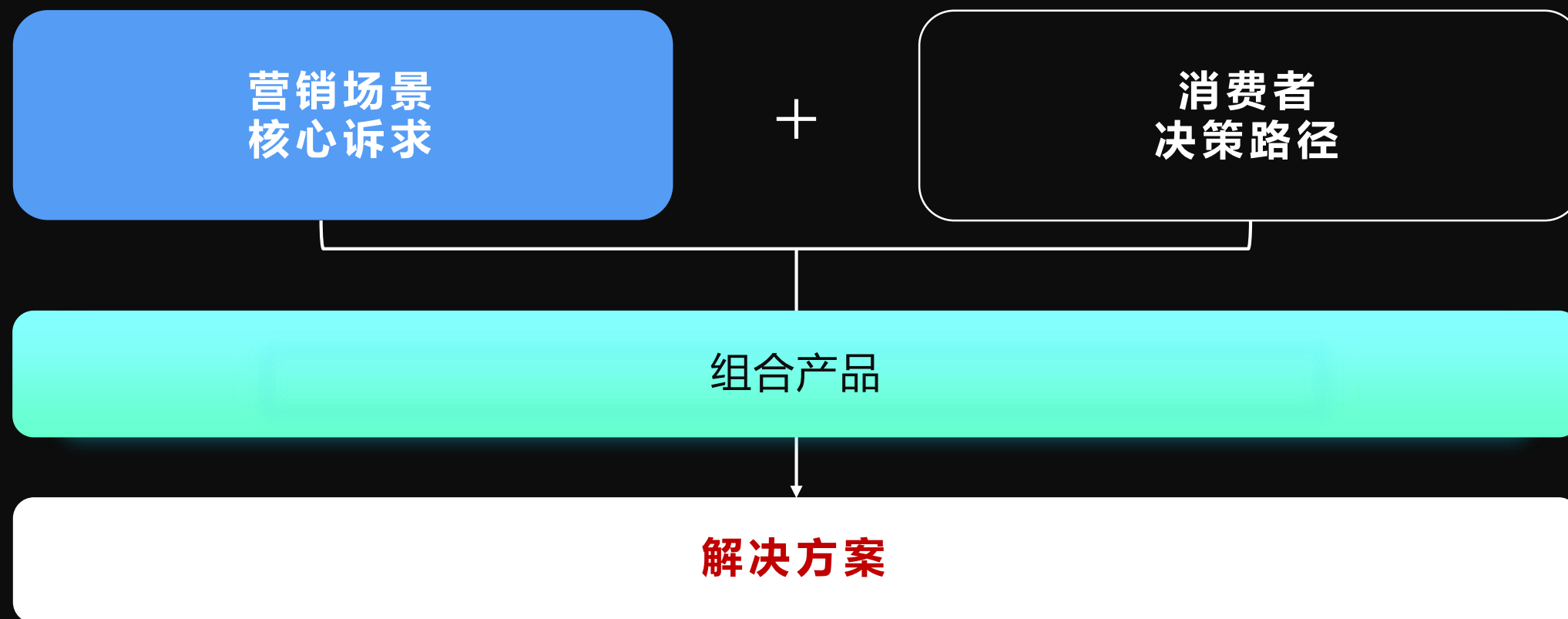
在消费者决策路径的每一个环节发力，助力品牌全链营销

Baidu营销



# + 营销诉求 + 决策路径指导产品组合

## 帮广告主轻松应对不同营销场景，让品牌脱颖而出



品牌营销场景一

New Launch · 抢「鲜」上市

新品推出望周知

引导产品正向讨论并迅速占领心智

品牌  
诉求

# 新品上市 New-Launch

**核心课题：**伴随新消费需求及差异化卖点的创造，品牌推出新产品或服务，

如何打造风靡之势

引发话题传递品牌理念

开拓和运营新市场？

**解决方案：**

强势出击

 认知

开屏/聚屏+首发计划

新品造势，激发关注

引起讨论

 好感

话题营销打造刷屏热点

传递品牌理念，建立好感

持续引导

 好感  认购

挑战赛形成自发传播

互动&娱乐，促进拉新和转化

以开屏、聚屏等线上线下强势展示资源为新品造势，吸引用户关注

以百度热榜引发全民热议，强势传递品牌理念，占领心智，缩短种草-拔草路径

以视频挑战赛引导UGC，形成用户自发传播和裂变转化

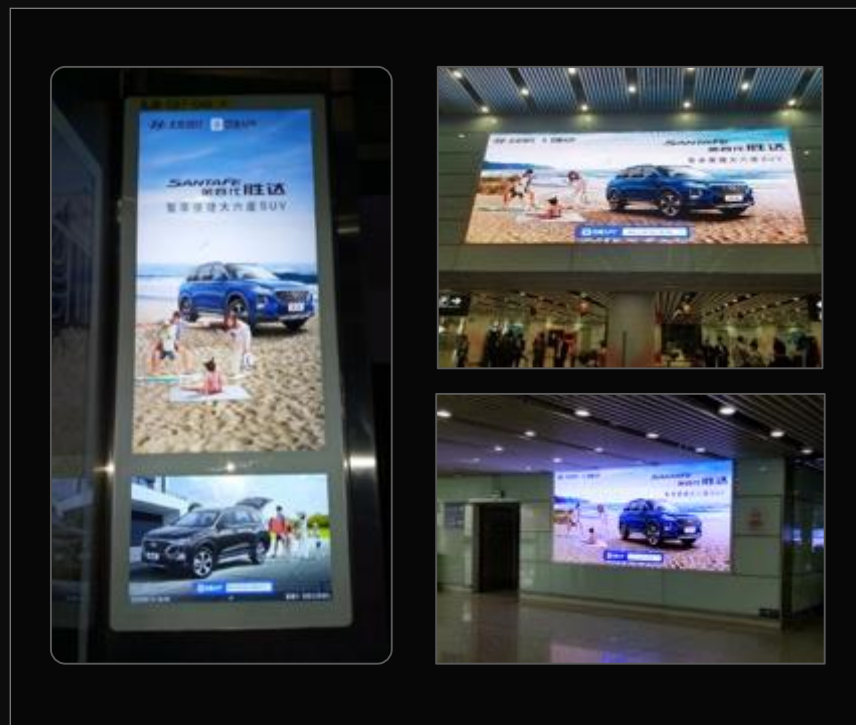


# 开屏聚屏激发关注 | 线上线下覆盖用户行为场景

开屏



聚屏



家庭场景

出行场景



## 车展项目

助力北京现代第四代胜达

在上海车展中脱颖而出

扩大一二线市场品牌好感度

百度搜索指数：**+419%**

开屏广告跳转官网：**5.9%**

(整合营销 联动多产品资源)





# 首发计划强势围观 | 品牌沉浸式超级体验，打造品牌爆款

## 强曝光

### 全站曝光，海量黄金资源加持

Wise首页气泡&框下 | 今日新鲜事 | Wise结果页浮层  
| 手百活动中心 | 百度蓝v矩阵新媒体活动

## 强视觉

### 创意连投，惊喜炫酷创意

开屏+彩蛋无缝连接，强势吸引用户眼球  
全网独一份儿的彩蛋炫酷样式

## 强互动

### 点击抽奖，进入互动页面

“游戏+福利”，形成品牌卖点裂变传播  
引导营销转化（销售线索收集等）

## 强聚合

### 搜索聚合，整合内容信息

搜索结果页“改造”，强化品牌形象，深度传达品牌产品卖点  
8大模块灵活整合内容





# 百度热榜打造刷屏热点 | 传递品牌理念，占领心智

## 热榜+热门话题

——百度APP的社交阵地

收录最受网民关注的热点话题形成真正“热搜”，吸引广告主在百度阵地培养自有粉丝，形成互动闭环

消费者

今天有什么瓜？  
道听途说不过瘾来搜一搜...  
被推送热点新闻来搜一搜...

媒介

百度热榜

品牌

兴趣引发搜索  
沉淀全网用户关  
心的话题集合页

品牌信息沉浸式展示  
形成“原生”热搜



话题动态植入

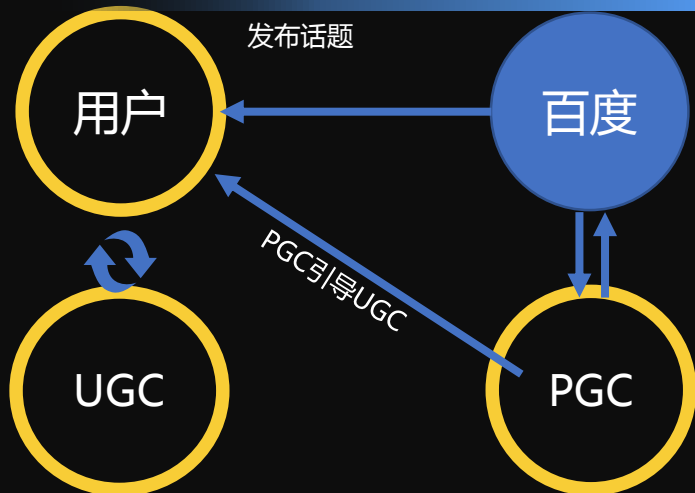
话题banner (外链)

热门文章推荐



# Vlog挑战赛引领互动热潮 | PGC带动UGC口碑传播

## 玩法介绍



## 产品&卖点

### 1、核心产品：

小视频话题挑战赛

Vlog挑战赛

### 2、核心卖点：

- 流量价值洼地
- 原生沉浸环境

## 营销案例：游民修仙小视频话题挑战赛



小视频信息流

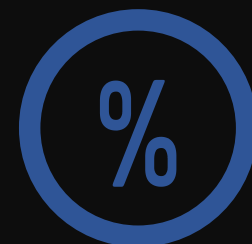


视频评论区

## 投后数据



9139.47万  
话题下总视频播放量



8.26%  
浮层平均点击率



# 视频播放、图文浏览场景商品植入，实现边看边买

短视频、直播、私域阵地均可通过添加商品组件实现商品售卖  
直播中，可定制互动型挂件引流至落地页，获取销售线索

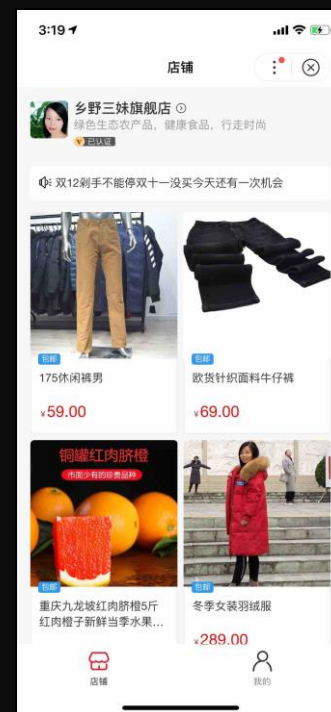
## 短视频带货



## 直播带货



## 私域阵地带货



备注：商品详情页将陆续以开店牛/小程序替代，实现百度站内闭环



# 百度直播营销方案

直播形式	媒体直播	秀场直播
适合行业	<div>发布会</div> <div>家电3C</div> <div>房产汽车</div>	<div>素人直播</div> <div>家电房产家居消费电子</div> <div>汽车教育旅游</div>
推荐引流资源	开屏、信息流、品专、全景	
转化形式	带货：发布会直播页面-外链	带货：支持落地度小店、京东、淘宝 组件外挂：外链-表单搜集

# 3C行业媒体直播 小米10产品发布会

品专+直播，纯线上直播发布，观看人数破百万

一端开播，双端联动

手百/好看同时开播，构建直播平台矩阵

- **项目背景**：2月13日，小米10系列发布会召开。由于特殊情况影响，发布会全程采用在网络直播。为了更好地传递新品，触达全网用户，引发热点关注，百度提供了“品专入口+多端直播”的强势产品组合方案
- **直播形式**：媒体直播（手百）+秀场直播（好看）
- **引流资源**：品专+直播频道Banner
- **直播能力**：直播预约功能、评论功能、push推送、播前预热图、拉流
- **预约数**：1000+
- **在线参与人数**：100W+



好看直播间



# 房地产行业秀场直播 中粮地产

首单秀场直播，开启线上售楼部，推广线上看房新模式

特殊时期，助力品牌尝试新方法

百度直播服务能力，品牌推广不耽误

- **项目背景：**因特殊时期影响，无法开展线下看房活动，影响楼盘推广。因此，百度与中粮积极尝试新的方法，推荐百度秀场直播能力；前期以金牌销售为主，启动线上看房服务，为顾客提供全方位远程看房服务
- **主播媒体：**好看视频+全民小视频
- **直播形式：**秀场直播
- **主播人：**售房金牌销售
- **互动交互：**点赞、评论、刷礼品
- **在线参与人数：**1300+

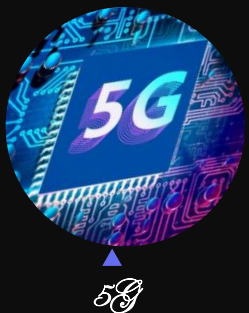


直播间

# 新品上市案例——Redmi K30 5G 百度首发计划

## 广告主核心诉求：

- 1、如何抓住用户对于5G的高关注度，为Redmi 5G旗舰新机首发造势？
- 2、如何利用明星流量，将粉丝人群转化为新机目标人群？
- 3、如何借春节年货采购潮，对用户进行新品种草继而带动销售转化？



5G



明星



年货



## 解决方案：打造用户从关注、互动到交易的完整闭环



### 引发用户品牌关注

搜索菜单、手百Push、首页气泡、  
首页banner、搜索大卡.....



### 提升用户品牌好感

小程序抽奖、热门话题、百家  
号征文、KOL软文.....



### 完成用户下单转化

多转化入口：搜+推一键直达官  
网、百家号文章挂链接、小程序  
抽奖引导购买...



兴趣

借助明星代言人流量及5G关注度，带动K30 5G新机首发声势，大曝光引发目标人群关注

搜索彩蛋+大卡强势引爆 代言人王一博炫酷舞蹈动态抓住用户眼球

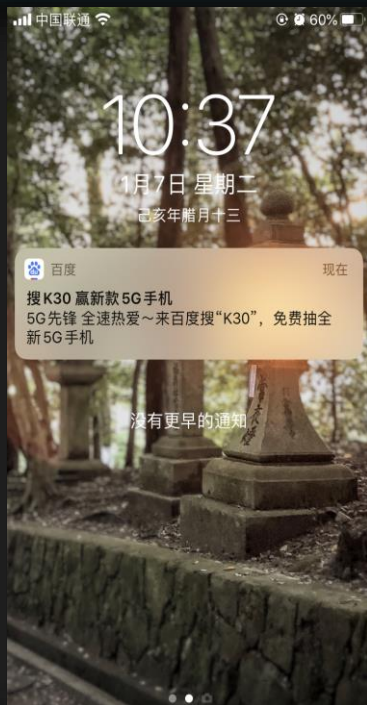
开屏/信息流/push/首页气泡等大曝光资源引发关注



开屏



信息流



手百PUSH



wise右上角气泡



今日新鲜事



# 好感

通过热榜话题、百家号征文、行业大V种草及小程序互动抽奖，打造刷屏热点，提升用户好感

话题仅上线一天，就收获了1300万+阅读

内容辅助消费决策，征文上线一周即收集到文章超600篇，总阅读464万，总曝光达1.07亿  
行业大V定制文章22篇，已获得阅读53.4万，总曝光1216万



百度热榜



定制话题页



百家号征文



大V种草



# 行动

搜+推”一键直达官网、百家号文章挂链接、小程序引导官网，完成用户下单转化

观星盘精准定向K30核心目标人群，其中王一博粉丝人群点击率最高，**达6.1%**，成功转化粉丝人群为购买人群！



开屏精准定向  
核心人群直达官网



SEM抢占搜索收口



百家号文章挂  
商品购买链接



小程序抽奖，引导官网下单



品牌营销场景二

*Always On* · 进化不止

品牌「颜值」7\*24h在线

保持品类占位，持续心智占领



# 持续沟通 Always on

核心课题：“罗马不是一天建成的”，品牌在量变向质变的积累和升华过程中，

如何占领品类第一联想，

不断强化品牌好感，

与用户持续沟通？

解决方案：

形象展示

 认知

品牌专区树立长期认知

信息前移，充分覆盖目标受众

品牌背书

 认可

知识型内容营销引导消费决策

建立信任，树立品牌正向形象

私域运营

 认购

品牌阵地搭建和运营

与粉丝持续沟通，促进转化

以品牌专区承接用户意图表达，核心品类影响力最大化释放

以品牌知识型内容左右消费决策，筑建品牌护城河，不断强化品牌好感

以品牌私域形成长效运营阵地，随时随地维系粉丝，唤醒消费



# 品牌专区提升认知 | 信息前移，承接用户意图表达

Baidu 营销

强样式+点击转场

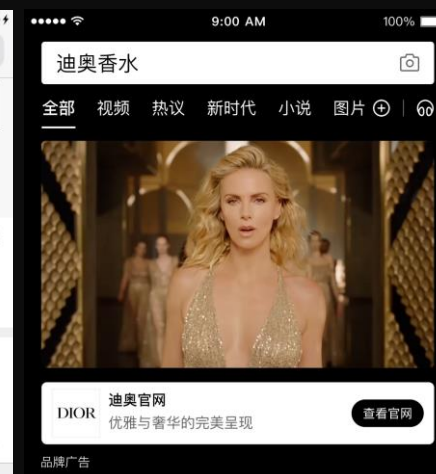
全屏扩展+自动播

半屏扩展

卡片内扩展

语音交互

语音交互





# 品专MAX | 霸屏同时兼顾效果，用户资产沉淀

Bai 营销

信息聚合，闭环转化



商品落地页

线索收集落地页



# 知识型内容建设信任 | 用知识立公信，深度影响决策

通过与「百度百科」和「百度知道」权威平台合作，为品牌背书。  
增强品牌在市场上的承诺强度，与消费者建立一种可持续的、可信任的品牌关联。

百度百科

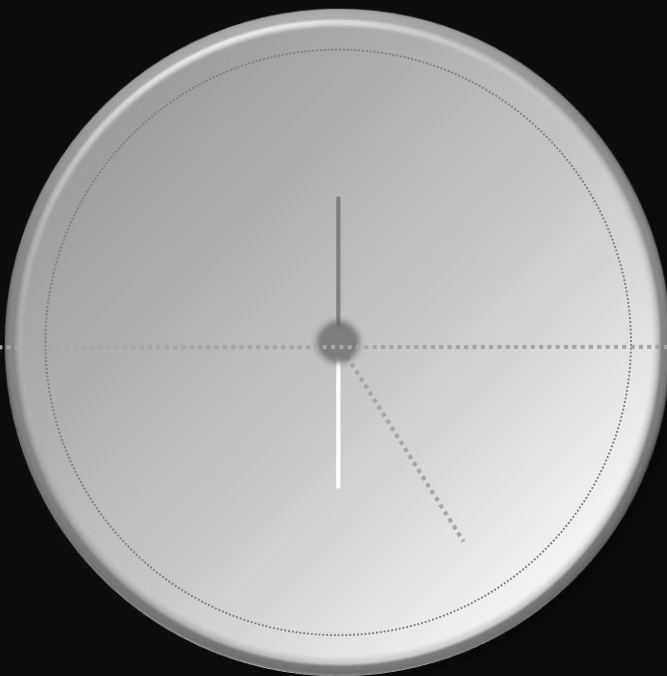
**秒懂品牌故事**

品牌词触发，企业价值权威沉淀

**秒懂软植入**

通用词触发，抢先绑定市场认知

**长效影响**



**快速作用**

百度知道

成为知道合伙人  
全面赋能机构提升品牌价值

**知识闪电**

事事有回应，件件有着落





# 百科秒懂品牌故事 | 用视频讲故事，树形象



## 品牌故事

## 「如同牌匾 历久弥新」 用3分钟的短视频主动传递品牌内涵

- 建立在品牌词搜索的基础上，对有主动搜索行为的用户，进行更有针对性的知识传播。
- 用户搜品牌，说明对企业感兴趣，甚至存在消费的意愿。品牌故事可以更精准地消除目标用户的疑虑，同时建立长期的消费者品牌认同。
- 在“不打扰”的前提下为用户提供内容增量，用户体验感更自然。

**好未来** 百科秒懂品牌故事 | 用视频讲故事，树形象

好未来<sup>[1]</sup>的前身即学而思，2013年8月19日正式更名为好未来<sup>[2]</sup>。

好未来是一个以**智慧教育**和**开放平台**为主体，以**素质教育**和**课外辅导**为载体，在全球范围内服务公办教育，助力民办教育，探索未来教育新模式的科技企业公司<sup>[3]</sup>。

2015至2019年，好未来（学而思）连续五年被评为“最具价值中国品牌100强”<sup>[4-6]</sup>。2017年，好未来成为唯一一家入选中宣部主办的“砥砺奋进的五年”大型成就展的教育科技企业<sup>[7]</sup>。2019年，好未来成立教育行业首家博士后科研工作站。<sup>[8]</sup>

**用科技推动教育进步**

公司名称	好未来	创始人	张邦鑫
外文名称	TAL (Tomorrow Advancing Life)	使命	用科技推动教育进步
总部地点	中国北京	愿景	成为受尊敬的教育机构
成立时间	2003年	教育理念	激发兴趣、培养习惯、塑造品格
经营范围	教育 科技 互联网	价值观	成就客户 创新 合作 务实
公司类型	上市公司	好未来精神	凡事全力以赴

**目录**

- 1 发展历程
- 2 文化与价值观
  - 使命：用科技推动教育进步
  - 愿景：成为受尊敬的教育机构
  - 价值观：成就客户 创新 合作 务实
- 3 公司治理
- 4 品牌战略
- 5 业务布局
- 6 党建工作
- 7 行业平台

**品牌故事**

TA说 解读词条背后的知识

品牌故事 教育行业深度垂直媒体

好未来集团 2017年3月董事及管理团队成员

姓名	职位	薪酬
张邦鑫	董事长	55,550,000
王强	总裁	8,524,884
李海	副总裁	4,173,200
王强	副总裁	4,173,200

今年以来，在美上市的教育中概股中，新东方和好未来表现突出，美东... 93.8美元/股...

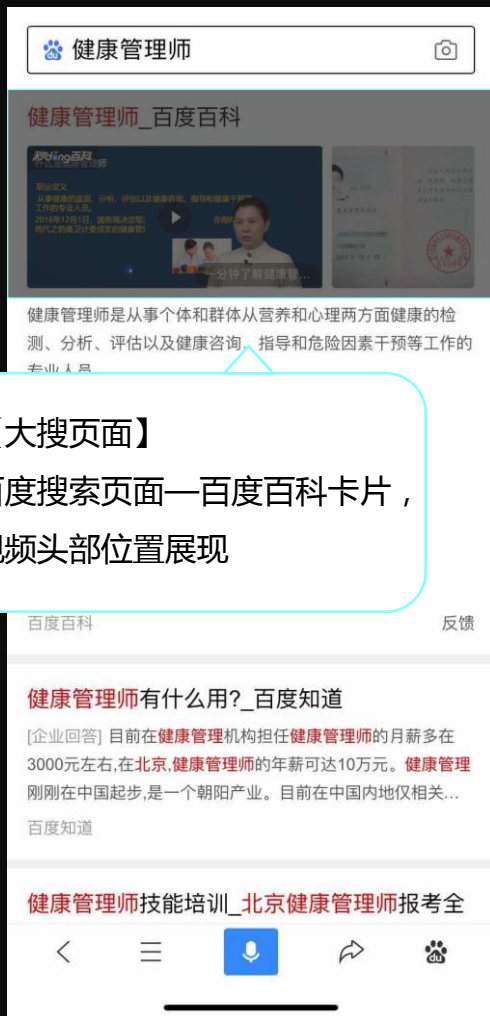
**V百科** 往期回顾

图解百科 | 第1920期  
文教泰斗·厉麟似

本组设计：张鹏  
文案：张鹏

# 百科秒懂软植 | 百科头部视频，权威媒体背书

Bai 营销



## 秒懂软植

**「代表行业 锁定权威」**  
由品牌发声传播相关行业知识

### 核心卖点

流量入口：固定位置，特型样式

媒体属性：百科权威

视频保证：首位唯一性

### 适合行业

教育、3C、旅游、结婚、游戏

### 合作效果案例

11支考证相关热门话题

日均播放量1.6万+

说明：秒懂软植入品牌客户，必须属于所在行业top3客户，并提供相关资质说明。  
所有词条软植入相关物料，均由客户自行提供，百科审核





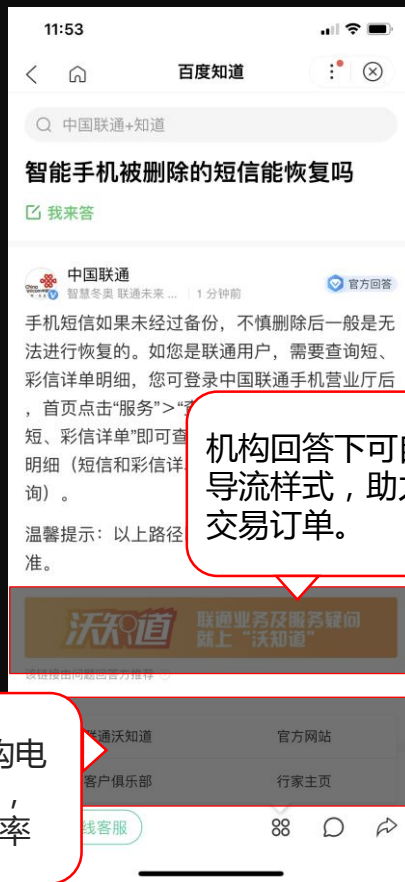
# 成为「知道合伙人」，全面赋能机构提升品牌价值



知道合伙人面向企业、媒体、政府、其他组织等开放入驻



内容强势曝光



直链机构服务



企业主页阵地

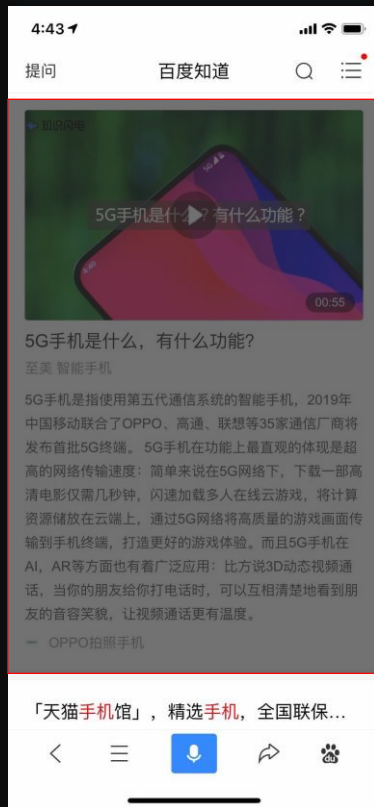
# 知识闪电 | 客观知识互动问答，品牌有求必应

Baidu 营销

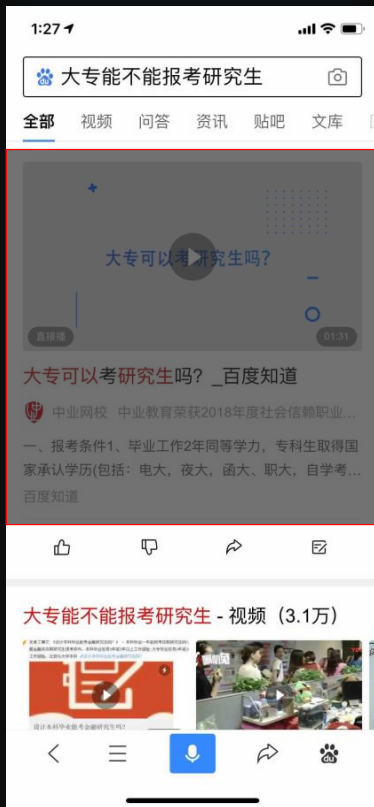
## 知道问答页



## 站搜TOP1



## 大搜TOP1



## 百度APP信息流



## 知识闪电

「事事有回应 件件有着落」  
知道首位回答，高搜索权重

### 核心卖点

有趣：问答互动，视频传递  
定制：落地页内容完全可控  
品效合一：支持多重营销组件

### 适合行业

教育、3C、旅游

### 合作效果案例

OPPO5G，通过解答网民问题，树立OPPO科技感形象。固定位10支5G相关热门话题，日均曝光量1万+，日均播放量3000+



# 私域阵地持续沟通 与消费者保持沟通是促进转化的重要一环

## B端 增加百家号吸粉入口

模板

模块

组件

高级图文

视频

按钮

元素

营销组件

线索转化

下载

电话

咨询

表单

抽奖

关注百家号

微信

活动组件

基本样式

关注百家号

关注百家号

关注百家号

百家号名称  
百家号介绍

关注

百家号名称  
百家号介绍

关注

## B端 添加百家号绑定关系

账号关联		
百家号	麦当劳	解除绑定
知道账号	麦当劳	解除绑定
新增	立即关联	

## C端 号主页增加转化能力

阿卡索

私信

关注

阿卡索外教网

在线外教一对一——阿卡索外教网

限时分期学外语，低至13.8/节

点击进入

百度认证·深圳市阿卡索资讯有限公司

动态 文章 视频 互动

应该在什么年龄段让小孩学习英语，什么时间学习才是最合适的？

18阅读 0评论 2天前

英语口语怎么学习？口语大神分享口语学习法则

年终钜惠

推荐有奖

领取课程

知识星球

免费领书

暖心福利

官方网站

咨询我们

跳转基木鱼生成的小程序落地页

活动页

咨询页

小程序首页

阿卡索

阿卡索在线外教

低至13.8元/节

6期免息分期

阿卡索首席教育官

请输入您的

请输入您的

阿卡索外教网

官网 三更多信息 电话咨询

限时免费试听，享受多重好礼

阿卡索

让说英语不难

让好外教不贵

外教课低至13.8元/节

7天内已累计454人咨询

您好，有什么可以帮助您的？

最低13.8/节，还可以享

您是否想咨询

我适合什么

现在是否

课时是

C端：详情页增加转化能力

16:49

英语学习光背单词有用吗？清华英语老师告诉你实话

阿卡索外教网

10-15 03:05

关注

雅思英语培训领...

阿卡索

有效期：XXXX.XX.XX-XXXX.XX.XX

立即领取

学习英语首先就是需要扎实基础，背单词便是扎实基础的一种学习英语的好方法。但是，如今英语更注重实用性，能够将背的单词流利且准确地表达出来才是大众所需。靠听背单词，并且坚持将所听到的单词转变为英语句子，充分将单词运用起来了，这样背的单词才算是有用的。

当然单词是最基础的，单词只是在平时

发表评论领积分

给沙发



# 持续沟通Always on案例——华为

## 广告主核心诉求：

- 1、持续建立华为品牌长期认知；
- 2、解答用户问题，进行行业教育；
- 3、通过中心化的阵地，向外传播内容，向内维系与粉丝之间的关系。

解决  
方案：

认知



信任



行动



长期认知  
提升品牌形象



品牌专区

品牌背书  
影响消费决策



百科词条

华为终端客服



知道合伙人

品牌沟通  
促进转化



百家号主页



好看号主页

截止到2019年Q3  
品专总曝光：1亿+  
品专总点击：3000万+

知道官方号粉丝：8千+  
共回答35w个问题  
共获得89w个赞

百家号/好看号官方粉丝：  
4.8w

品牌营销场景三

Re-push · 精益求精

**稳固明星产品市场地位**

**提升品牌偏好，拉动新客增长**

# 明星产品 Re-push

**核心课题：**外界新品层出不穷竞争激烈，品牌在推广现有产品的过程中，

如何打造爆品效应

建设口碑稳固市场地位

并实力圈粉？

**解决方案：**

兴趣唤醒

👁️ 认知

信息流唤醒用户兴趣

价值主张与视觉冲击激发关注

口碑打造

💖 好感

KOL/KOC合力口碑共建

巩固市场地位，提升品牌偏好

拉动新客

💖 好感 🛒 认购

定制化创新互动圈粉

互动&娱乐，促进拉新和转化

以新颖样式的信息流带给用户沉浸式的品牌体验，吸引用户眼球，激活需求

以百家号原生征文邀约优质作者参与产品讨论，合力种草打造口碑

以创新的互动方式传递品牌主张，结交新「朋友」





# 信息流GD唤醒兴趣 | 独特样式吸引眼球，激活需求

Bai 营销

## 直播样式



### Case : OPPO新品发布会

- 样式介绍：用户点击信息流广告可直接观看现场直播
- 投放目的：新品宣发

## AR全景



### Case : 小石城别墅实景体验

- 样式介绍：用户在信息流中可以直接看到AR实景
- 投放目的：环境展示

## 随心互动



### Case : 马自达新品上市

- 样式介绍：车随用户指尖滑动横穿屏幕
- 投放目的：新品曝光



品牌Impact | 开屏+GD无缝衔接，强大的视觉冲击 Bai 营销

## 强势吸睛

### 吸引「你」的眼球

开屏锁定用户注意 | 优质视频彰显品牌调性

## 强化记忆

### 影响「你」的思维

开屏+信息流双次播放视频，增强品牌记忆

## 沉浸体验

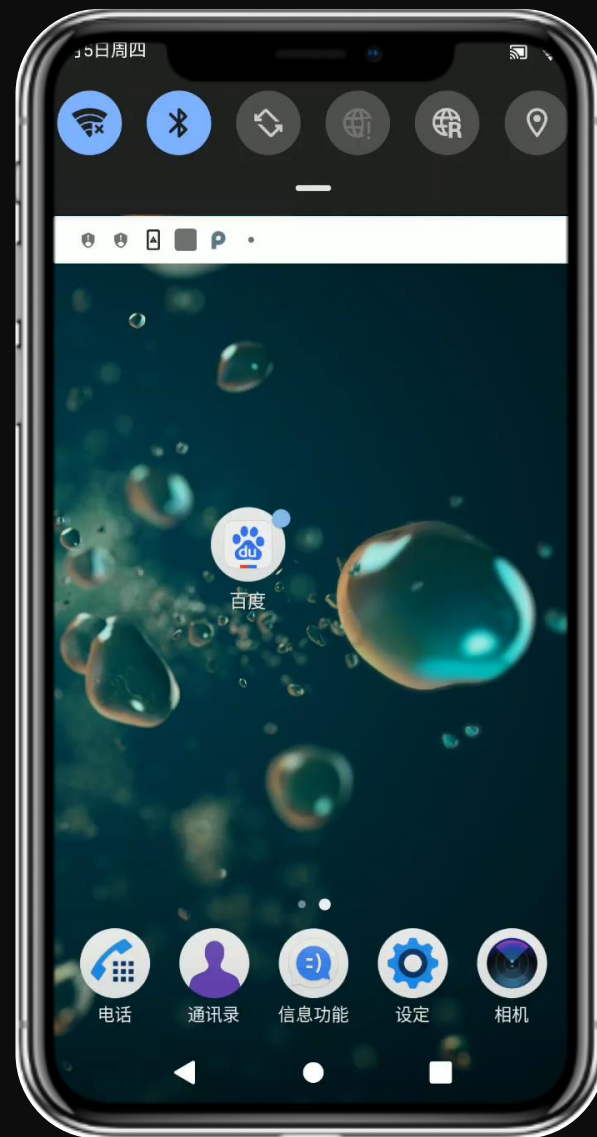
### 增强「你」的感受

4s开屏结束后，直接呈现信息流视频画面  
无缝衔接，故事性极强

## 引导转化

### 激发「你」的行动

一键跳转落地页，引导用户试驾





# 百家号征文打造口碑 | 巩固市场地位，提高品牌美誉

管理

内容管理

评论管理

话题管理

粉丝管理

素材管理

消息

私信

自动回复

数据

内容分析

粉丝分析

消息分析

收益

收益广场

收益设置

实验室

创作大脑

账号权益

百家号设置

我的权益

指数&信用分

开发

百家号 Hisense

全球首台叠屏电视来啦

有奖 评海信U9叠屏电视，赢5万元大奖！

小程序专属 书香百家 海信U9来袭

金芒计划 努力向上 握紧曙光

百家榜 见证影响力

关键词指数

Q 输入关键词查看热度趋势、需求图谱、关联文章及相关评论

搜索

试试这些词 房地产业 马刺 昆虫 国际奥委会主席 国乒 手办 换一批

热门任务

MCN 图文MCN打榜赛 热门

26天13小时后任务结束

315 数码红黑榜 有奖

17天13小时后任务结束

你不知道的时尚造型 热门

7天1小时后任务结束

阳春三月，你来发文 热门

26天13小时后任务结束

精品栏目百家故事第三期 热门

29天13小时后任务结束

她故事写作计划 热门

26天13小时后任务结束

知晓计划 热门

6天13小时后任务结束

滞销！蜜桔助农任务已送达 助农

20天13小时后任务结束

分享学习方法赢奖金 热门

21天23小时后任务结束

种草文赢万元大奖！ 热门

2天13小时后任务结束

## 营销案例：征文助力OPPO新品发布

有奖 看直播、发内容，赢高颜值旗舰机

百家评 OPPO Find X，听艺术之声

立即参加>

百家号任务

任务广场

#每日签到赚积分#

1积分

连续签到共享10万积分

\$

#评OPPO赢新机#

20积分

OPPO Find X 旗舰新机

有奖

📺

#英格兰VS比利时#

10积分

小度在家智能音箱无线送

有奖

📺

OPPO Find X国内价格公布，定制版售价近10000元，你会买吗？

LEONARDO

FINDEME

OPPO Find X

定制版

Tim Cook

Apple

21.1万阅读 2589评论 06-29 15:56



208篇  
征文



8000W  
文章展现





# 个性化创新定制 | 促进拉新和转化

**LBS**

基于位置的定制玩法  
-地图导航场景

**技术**

图像技术、语音技术

**数据**

大数据赋能创意

**MORE**

.....



# 个性化创新定制 | 促进拉新和转化



- 全国范围内路过收费站触发工行提示
- 打造办ETC首选工行的品牌效应
- 点击跳转办理页面，引导转化

## 技术

通用雪佛兰×迪士尼 AI人脸识别提升品牌交互体验

- 活动在百度小程序内完成
- 需要分别上传父母现在的照片，利用百度的人脸识别，人脸合成技术，将双亲年轻时的容貌还原并做成结婚照
- 再通过书写父母的心路历程，抽取迪士尼“婚纱之旅”

## 数据

林肯飞行家 出行大数据

- 结合林肯飞行家的车型特点，输出用户共使用地图出行公里数、最常使用交通工具、以及地图导航等场景的数据报告。
- 百度APP&地图多资源联动引流用户生成出行指南，提升互动极致体验。

MORE

.....



# 明星产品Re-push案例——科颜氏高保湿面霜

品牌互动率  
提升50%

广告主核心诉求：

- 1、提升消费者对高保湿霜的强大保湿功效和强韧肌肤屏障能力的认知；
- 2、提高品牌科颜氏高保湿霜的口碑美誉
- 3、促进购买转化。

认知



信任



行动



解决方案：

扩大影响  
引起关注

百度开屏矩阵+开屏信息流联投



强势&沉浸式体验  
激发用户需求

强化口碑  
提高美誉

知识闪电



解答用户困扰  
树立对品牌的信心和信任

资产沉淀  
转化提效

品牌专区种草-拔草



快速响应需求  
购买组件促进转化提效

# 明星产品Re-push案例——皇家美素佳儿

## 消费者需求表达：

- 1、宝爸宝妈有关宝宝便便的搜索需求增加迅速；
- 2、宝爸宝妈们的搜索中，便便与奶粉饮食疑问最多；

## 广告主核心诉求：

- 1、解决新手爸妈的疑惑，提升对于宝宝肠道营养健康的科学认知。
- 2、推广美素佳儿产品不上火、不便秘的特色。

站外引流  
258万+

人均使用时长  
1分22秒

平均重复使用  
1.5次

小程序互动人次  
125万+

## 激发触达

开屏、信息流GD、品专、SEM

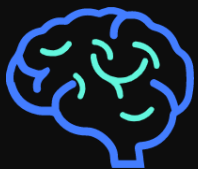


搜索人群+行业高潜人群  
目标用户精准触达

## 创新体验

“一拍便知”小程序

百度大脑  
图像识别  
建模分析



百度大脑数万样本建模  
图像技术精准识别

## 收集线索

引导购买



小程序中设置线索表单  
可直接跳转到购买页面



品牌营销场景四

PR Event · 以小搏大

**集中营销输出点，迅速聚集关注  
引发情感共鸣，提升品牌美誉度**

品牌  
诉求

# 公关类事件营销 Event Marketing

核心课题：借势热点传递品牌理念，引发情感共鸣

如何引起社会关注

引发裂变式传播

引导转化？

解决方案：

强势吸睛

 兴趣·认知

百度APP首屏曝光资源位

强势曝光，增强品牌关注

IP借势

 好感

引发用户情感共鸣

品牌沉浸式体验，引发好感

引导转化

 认购

互动页面促进转化

丰富互动环节引导领取优惠

百度首屏曝光资源，稀缺黄金资源位，为活动引流

借势热点IP，与用户建立深层次的情感沟通，打造有温度的品牌营销

通过小游戏，大转盘等模式的植入，引导用户领取优惠促成转化





# 百度APP首屏+多模资源 | 趣味曝光，增强品牌关注

doodle



框下tips



首页banner



语音&拍照



语音页banner



拍照结果页浮层





# 趣味互动提升页面停留时长 | 引导用户领取优惠促成转化





# IP借势引发情感共鸣 | 百度年度大事件一览表 (2020)

JAN FEB MAR APR MAY JUN JUL AUG SEP OCT NOV DEC

7场S级大事件  
燃爆全年

好运中国年

好运  
中国年



高考

TOKYO 2020



东京奥运会



国潮季



年度沸点

8场百度沸点  
音乐会

新移动时代下的“音乐现场IP”

百度沸点  
音乐会

10场行业盛事  
持续热度



年货节



情人节



女神节



购车节



母婴节



出行季



星潮季



美酒节



电商季



心愿季



# 珍爱网七夕牵手赢钻石 | 节点借势+趣味话题互动

**项目背景：**目前中国婚恋市场逐步缩窄、新品牌入局和年轻人群对婚姻认可度低的困局。在此背景下，珍爱网亟需通过七夕这个高发人群时段，通过打造年轻创新玩法吸引目标受众，在沉浸式的体验中树立品牌认知和认同，建立品牌核心壁垒。

**合作策略：**精准、饱和、趣味三重联合打造爱的三次方

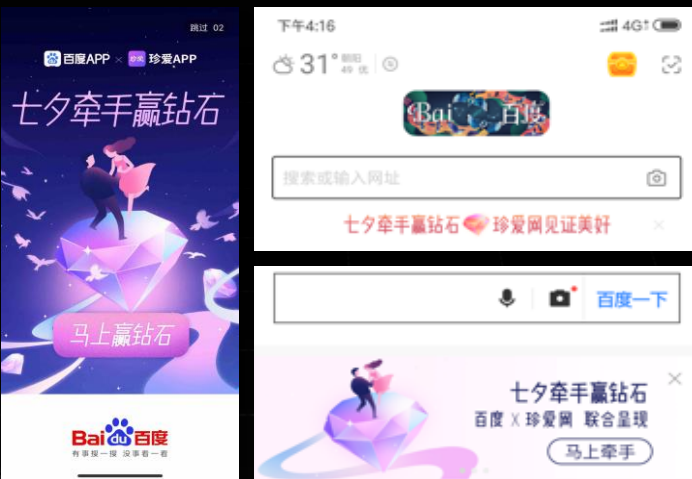
## 精准触达

搜索、小程序、原生、品专精准拦截



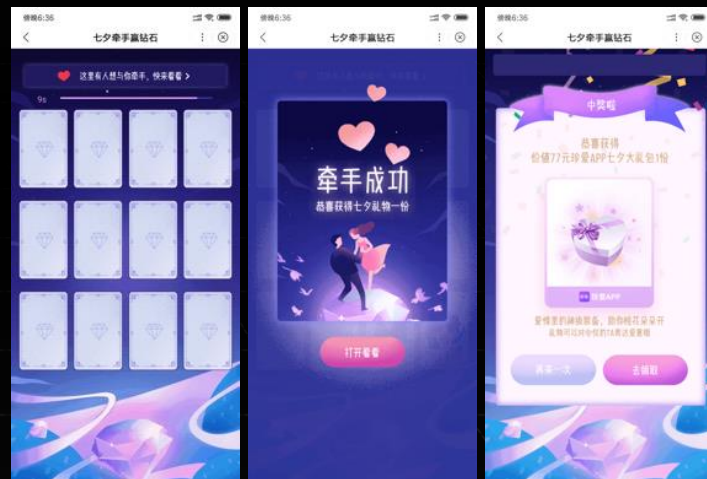
## 饱和曝光

开屏、tips、banner引爆全网流量



## 趣味互动

定制小程序游戏引发互动收集线索



**项目效果：**百度核心曝光资源ALL IN

定制“七夕牵手赢钻石”小程序游戏，用户完成游戏即可获得礼品

联动微博KOL进行话题助力，扩大项目传播声量

百度核心流量资源曝光量 22亿+

游戏参与量533万+，发放奖品超85万份

微博阅读量4千万+，互动量2.5万+





# 百度打造全民品蟹节IP，为蟹状元提炼定制化IP及活动，助力品牌绽放

**项目背景：**白露、中秋节到来，成为一年一度大闸蟹的销售高峰期。百度与“蟹状元”进行品牌联动营销，以B+C的模式打造“全民品蟹节”IP，为C端消费者营造趣味化沉浸体验，同时赋能B端，构建从品牌宣传到促销转化的闭环，百度将不断创新帮助客户品牌释放新的商业价值。

**解决方案：**

## 十大资源位全面覆盖曝光+导流

百度App开屏广告、白露节Doodle（端+wise）、搜索框下Tips、搜索卡片（端+wise）、Wise端搜索框下大卡、福利专区、活动中心、wise首页气泡。



## 趣味性小程序游戏提升互动

通过制作趣味“抓金蟹”智能小程序游戏，引发用户参与活动，降低活动参与门槛，抓螃蟹赢优惠券。



## 中奖环节提升销售

设置科学、有效游戏中奖概率，提升用户参与性，直接带动“蟹状元”产品销售。



• 百度十大资源总曝光量 **7亿+**

• 微博话题阅读量超 **2.3亿**，阅读量 **40万+**

• 小程序总点击量 **175万+**

• PR发布 **240+** 频次核心网络媒体，全网曝光量 **1200万+**

• 优惠券核销量 **300万张**

在消费者决策路径的每一个环节发力，助力品牌全链营销

Baidu营销



品牌  
诉求

# 新品上市 New-Launch

**核心课题：**伴随新消费需求及差异化卖点的创造，品牌推出新产品或服务，

如何打造风靡之势

引发话题传递品牌理念

开拓和运营新市场？

**解决方案：**

**强势出击**

 认知

**开屏/聚屏+首发计划**

新品造势，激发关注

**引起讨论**

 好感

**话题营销打造刷屏热点**

传递品牌理念，建立好感

**持续引导**

 好感  认购

**挑战赛形成自发传播**

互动&娱乐，促进拉新和转化

以开屏、聚屏等线上线下强势展示资源为新品造势，吸引用户关注

以百度热榜引发全民热议，强势传递品牌理念，占领心智，缩短种草-拔草路径

以（明星）挑战赛引导UGC，形成用户自发传播和裂变转化

# 持续沟通 Always on

核心课题：“罗马不是一天建成的”，品牌在量变向质变的积累和升华过程中，

如何占领品类第一联想，

不断强化品牌好感，

与用户持续沟通？

解决方案：

形象展示

 认知

品牌专区树立长期认知

信息前移，充分覆盖目标受众

品牌背书

 认可

知识型内容营销引导消费决策

建立信任，树立品牌正向形象

私域运营

 认购

品牌阵地搭建和运营

与粉丝持续沟通，促进转化

以品牌专区承接用户意图表达，核心品类影响力最大化释放

以品牌知识型内容左右消费决策，筑建品牌护城河，不断强化品牌好感

以品牌私域形成长效运营阵地，随时随地维系粉丝，唤醒消费



# 明星产品 Re-push

**核心课题：**外界新品层出不穷竞争激烈，品牌在推广现有产品的过程中，

如何打造爆品效应

建设口碑稳固市场地位

并实力圈粉？

**解决方案：**

兴趣唤醒

👁️ 认知

信息流唤醒用户兴趣

价值主张与视觉冲击激发关注

口碑打造

💖 好感

KOL/KOC合力口碑共建

巩固市场地位，提升品牌偏好

拉动新客

💖 好感 🛒 认购

定制化创新互动圈粉

互动&娱乐，促进拉新和转化

以新颖样式的信息流带给用户沉浸式的品牌体验，吸引用户眼球，激活需求

以百家号原生征文邀约优质作者参与产品讨论，合力种草打造口碑

以创新的互动方式传递品牌主张，结交新「朋友」

品牌  
诉求

# 公关事件营销 Event Marketing

核心课题：借势热点传递品牌理念，引发情感共鸣

如何引起社会关注

引发裂变式传播

提升品牌好感？

解决方案：

强势吸睛

 兴趣·认知

百度APP首屏曝光资源位

强势曝光，增强品牌关注

IP借势

 好感

引发用户情感共鸣

品牌沉浸式体验，引发好感

引导转化

 认购

互动页面促进转化

丰富互动环节引导领取优惠

百度首屏曝光资源，稀缺黄金资源位，为活动引流

借势热点IP，与用户建立深层次的情感沟通，打造有温度的品牌营销

通过小游戏，大转盘等模式的植入，引导用户领取优惠促成转化

## 问题反馈通路

- KA「品牌广告」产品沟通群，Hi群号：2269975
- 直销「品牌广告」产品沟通群，Hi群号：1659248
- 大渠道「品牌广告」产品沟通群，Hi群号：1557722

# 参与答题互动 可以参加抽奖哦！哒哒~

## 抽奖规则：

主播倒数3秒开始后，大家通过弹幕发送问题答案，会在回答正确的同学中抽取一名幸运观众！切勿提前作答哟~

- ✓ 主播会在**回答正确**的同学中随机抽取一名，并公布
- ✓ 此答题环节在共将进行两次，共计抽取两名获奖同学

## 领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的三位同学（转发一名、答题两名）取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“交换的寂寞” “Andyhu0102” 3月10日中奖的“冰冰爱琪琪” “网络砖家号” 四位同学回复私信信息，领取奖品~如果在直播间的话请回复

Round 3





第二道题，参与答题互动，可以抽奖哦！哒哒~

请问，百度营销系列直播课每周的开播时间是：

选项 L：周一、周五

选项 A：周二、周三

选项 S：周二、周四

选项 T：周四、周五

## 下节课预告

**下【周二】（3月17日）晚8点开播**

本周预告课程	时间
《百度初级认证公开课—好玩的基木鱼》 - 朱莉莉	周二（3/17）

**欢迎同学们互相转达！  
每周二四晚，不见不散！**



1. 请扫描二维码，完成本次课程的满意度调研
2. 直播录像回放和材料获取，请登录营销中心内训平台获取 ([yingxiao.baidu.com](http://yingxiao.baidu.com))
3. 申请成为主播，请发需求邮件到：  
[renzheng@baidu.com](mailto:renzheng@baidu.com)

+

# 品牌2020

让你的品牌脱颖而出<sup>+</sup>

