



百度内容营销通案

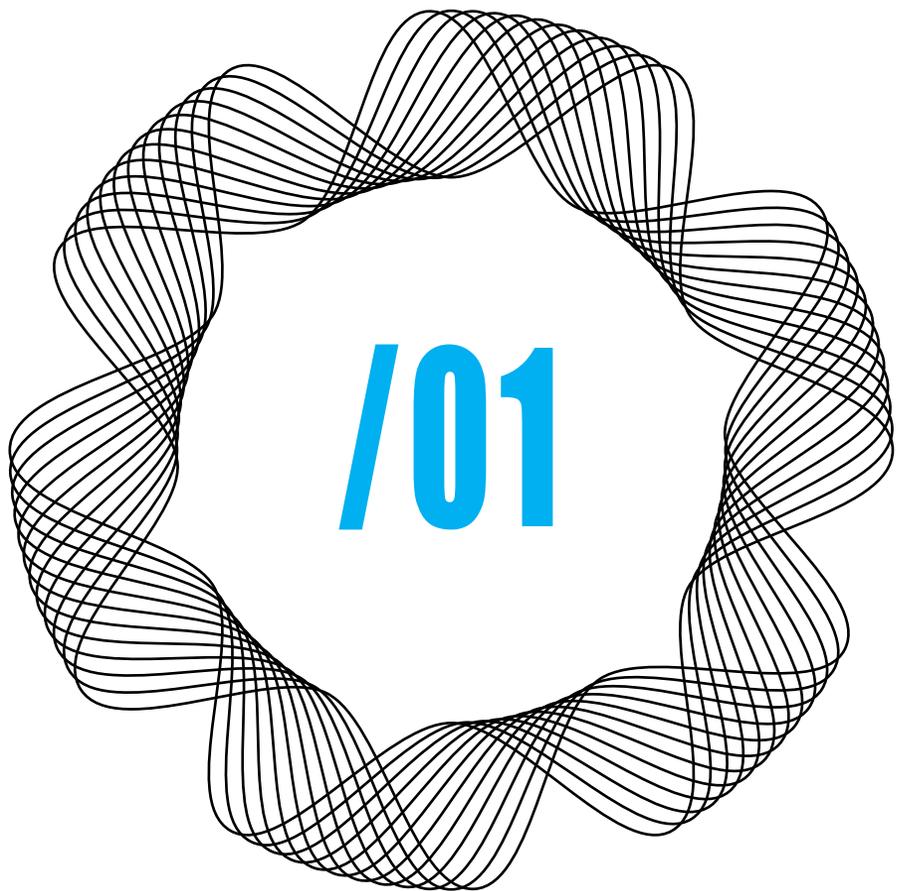
百度营销

2020.3

CONTENTS

1. 为何要做内容营销？
2. 为何要在百度做内容营销？
3. 如何在百度做内容营销？



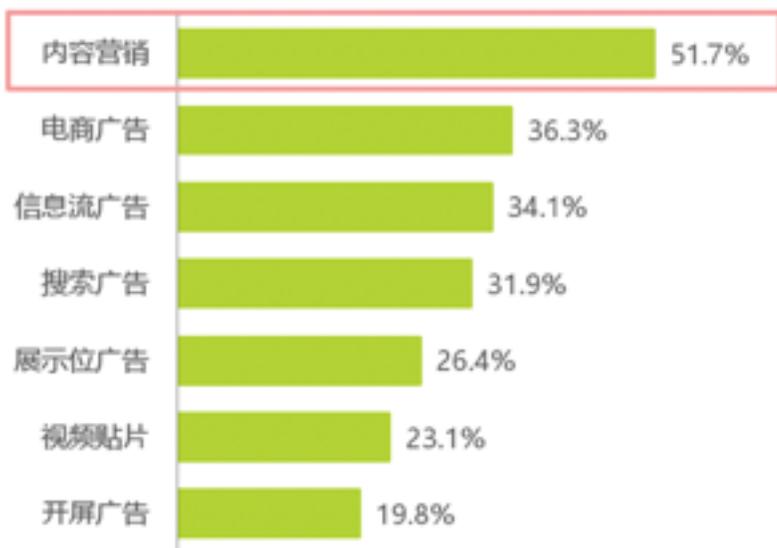


为何要做内容营销？

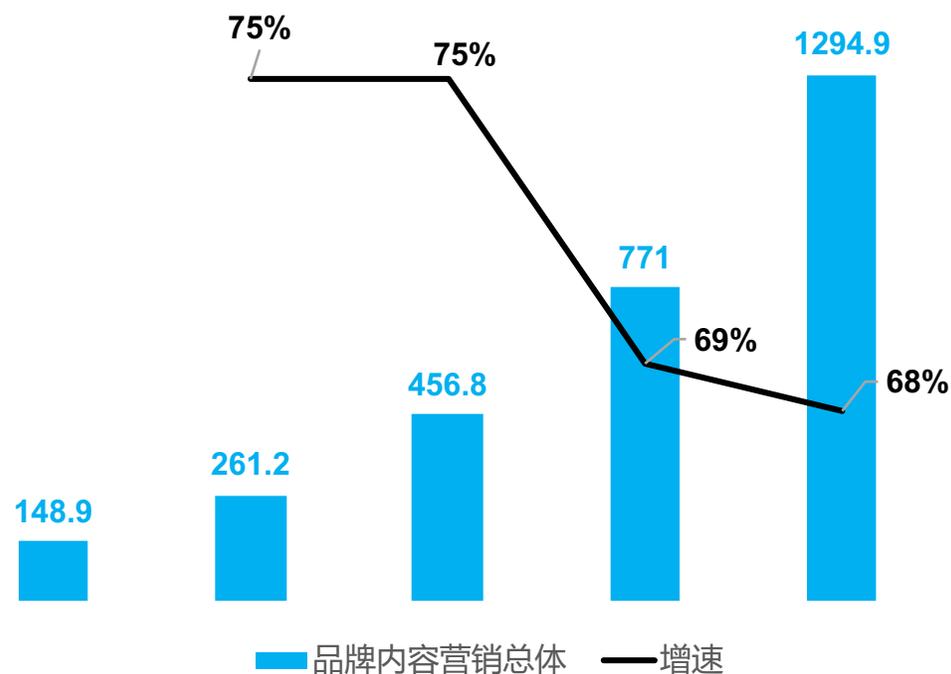
流量红利渐退，硬广越来越贵，内容营销越来越受市场关注，空间巨大

- 在广告预算的视角，相比电商广告、信息流广告等其他热门广告形式，广告主未来一年对内容营销的投放热情依然是最高的。
- 2020年中国品牌内容营销市场规模将超**1000亿**

2020年广告主预计未来一年将增加营销预算的广告形式



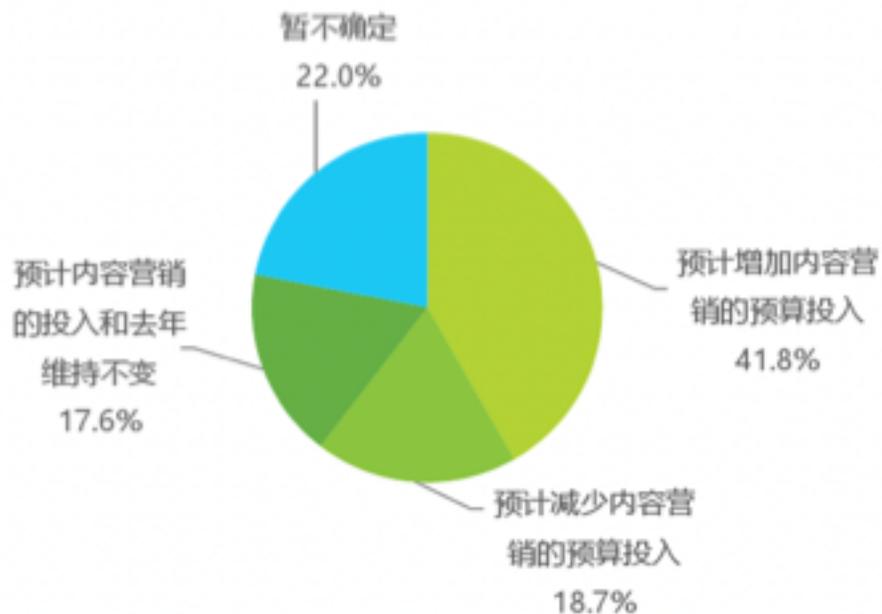
2016-2020年中国品牌内容营销市场规模（亿元）



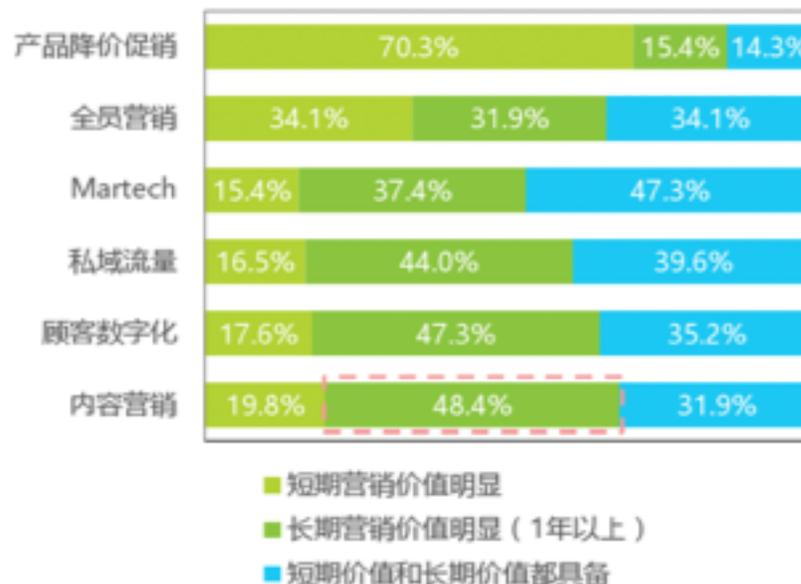
内容营销是企业建立品牌形象的长期营销战略

- 在一些列营销关键词重，内容营销被认为是最具有长期营销价值的战略目标。
- 在疫情影响下，营环境充满不确定性，而内容营销的价值不仅在于单次营销活动所带来的效果，更在于通过持续不断的内容营销输出，与用户产生深度的情感链接，建立稳固的品牌形象。这也是对于广告主41.8%的受访广告主愿意增加内容营销预算的主要原因之一

2020年广告主未来一年内 内容营销预算投入计划



2020年广告主对部分营销战略关键词 的长短期价值认知



What | 内容营销模式 助力营销升级

「内容营销是一种**软性**的广告营销模式，
通过**不同的内容形态**，为目标受众提供**有价值，有观点**的信息，
深度持续的影响目标受众，最终改变目标人群的行为，实现商业增益。」

内容形态

BGC
品牌生产内容

以in-house团队为核心，提供产品/品牌/品类相关信息

PGC
专业生产内容

以代理机构/内容生产机构为核心，提供专业的品类测评及产品推荐

UGC
用户生产内容

品牌粉丝为核心，传递产品功能理念，体现品牌忠诚

Why | 内容型广告更能满足当代用户消费需求心理

「当代社会商品种类繁多，消费者经常会陷入“不知道买什么”“不知道买哪款”的选择纠结中。内容营销的软性植入模式，通过倡导健康有品质的生活方式，以恰当的时机，为消费者购买**提供建议**，**帮助**消费者进行**决策**。」

营销优势

软性植入
更具说服力

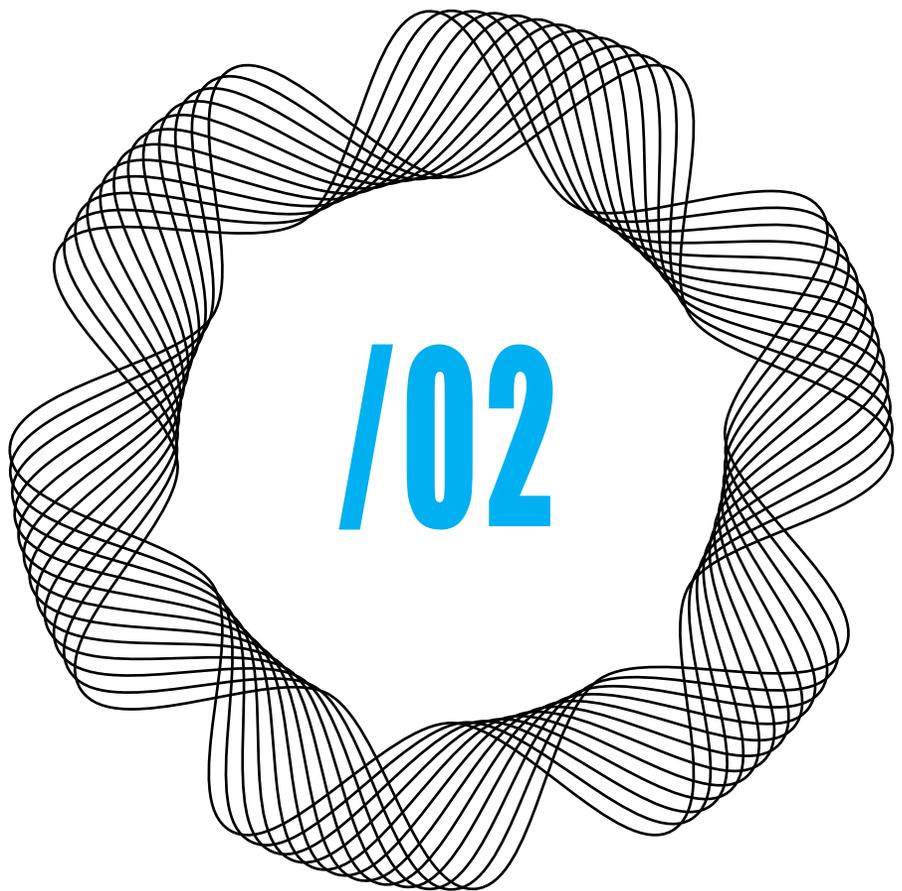
直击用户需求难点
引导用户进行选择
还原用户真实体验

理念输入
领社会风尚

品牌寄托生活向往
品牌象征生活品味
掀起社会广泛追捧

裂变传播
拓自然流量

兴趣驱使主动分享
聚集相同喜好人群
引发社会广泛关注



为何要在百度做内容营销？

内容『可信赖』

权威背书为品牌打造名利场

全球最大的中文百科全书，内容丰富行业持续领先

行业领先



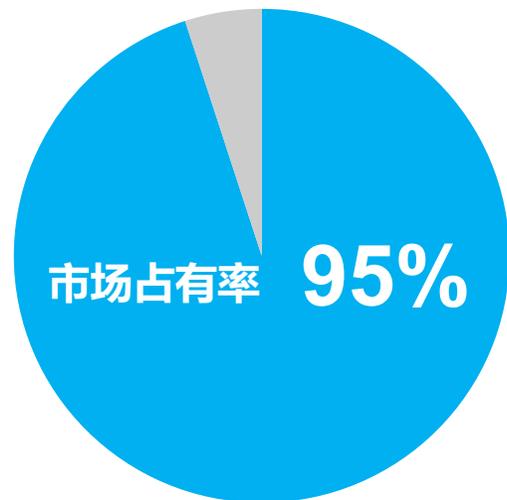
全球最大中文百科全书

已收录词条超过**2109万**

贡献词条用户超过**716万**

日均PV**超过4亿**

市场占有率 **95%**



内容丰富



百度旗下最具公信力的权威知识品牌，百科权威平台为品牌背书



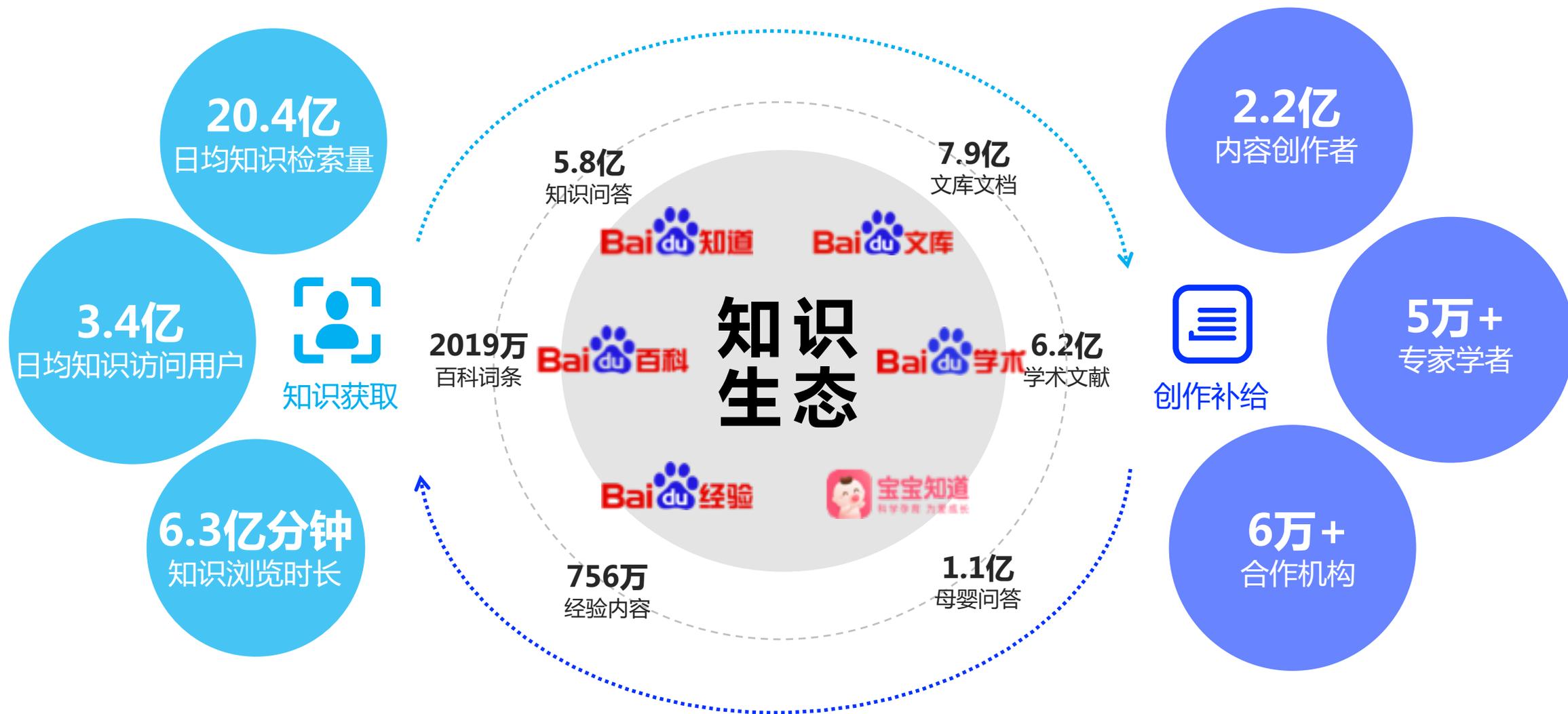
百度旗下最具公信力的权威知识品牌

合作100余家权威机构，包括国家卫计委、中国科协、最高人民法院等，超过15个领域，凸显内容权威性
百科本身**客观、中立**的形象相较于电商及行业细分网站，更有利于为产品信息的可信度背书

内容『知识性』

知识型解决方案为用户决策提供指导

多场景内容布局 满足用户海量的信息及知识获取



垂直领域深耕 打造权威专业的问答场所

「 百度知道 」

2005年11月

全球最大中文问答互动平台

百度知道基于多场景需求，汇聚**1.8亿**答题用户，充分解决广泛的问答需求

「 百度百科 」

2006年4月测试版

全球最大中文百科全书

百度百科是内容开放、自由的网络百科全书，参与词条编辑网友超**680万**人，内容覆盖几乎所有知识领域

「 百度文库 」

2009年11月

中国最大的文档和知识服务平台

百度文库坚持以“让每个人平等地提升自我”为目标，拥有认证作者超过**18万**，合作机构**1.3万**家

「 百度学术 」

2014年10月

全球最大的中文学术搜索平台

百度学术收录**120多万**个国内外学术站点，索引超过**12亿**学术资源，每年为数千万用户提供近**30亿**次服务

「 宝宝知道 」

2014年4月

专业母婴知识社区

宝宝知道是专业母婴平台，联动**近千位**母婴权威专家及数百家知名行业机构，为用户提供一站式孕育内容和服务

「 百度经验 」

2010年10月

互联网实用生活指南

百度经验致力于向用户提供实用高效的解决方案，每天帮助千万人解决问题，拥有**55万**经验达人

达人『丰富性』

专业强大的内容供给生态赋能广告主

海量优质作者完善内容生态布局，引领创作者行业蓬勃发展



作者激励扶持 鼓励优质原创 深耕行业内容



垂类激励

奖金激励 | 垂类优质内容生产



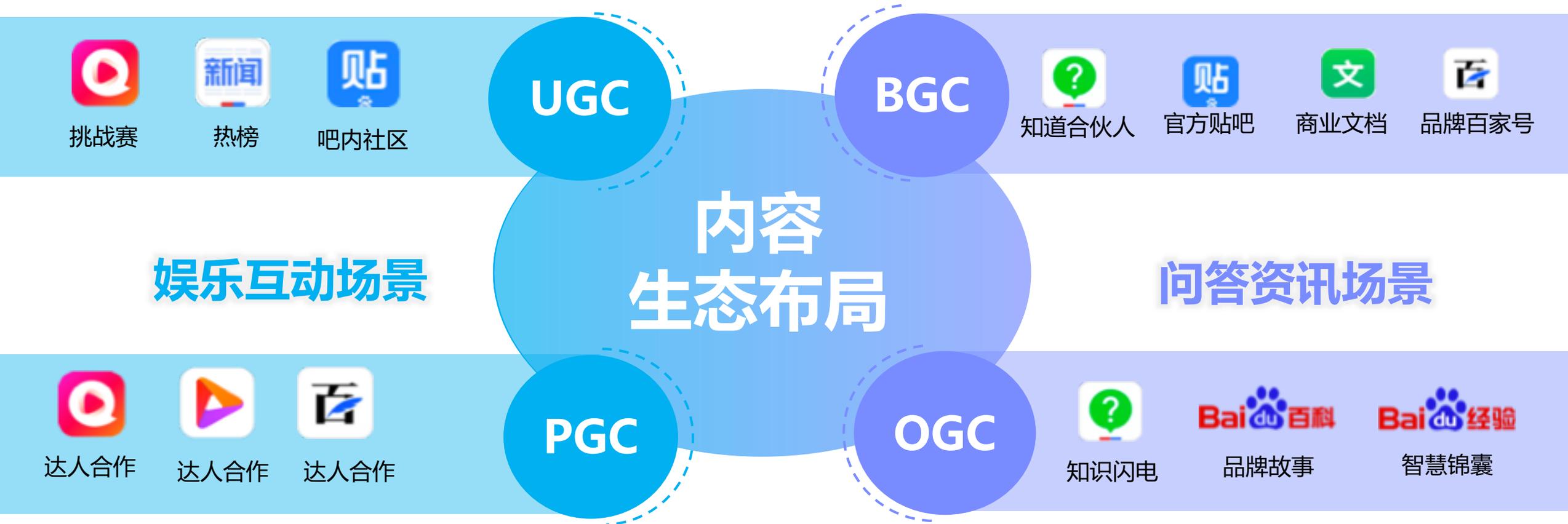
原创扶持

权益流量扶持 | 优质独家原创内容
3亿资金 20亿流量

商业 『布局完善』

帮助广告主多场景持续与用户保持沟通

多场景 | 完善的内容营销生态，助力商业多维度多场景和用户保持沟通



持续性 | 百度内容营销，服务于用户全决策周期，实现全链条沟通

种草

用户需求激发

『我想买，是怦然心动的感觉』



挑战赛



原生图文



达人视频

好看、全民、百科、知道等多场景入口
内容传递，引起用户关注，吸引种草

长草

用户需求强化

『我要买，占有欲蓬勃生长中』

知识营销cpc



知识闪电



秒懂百科



通过视频、问答等不同形式内容传递，
影响用户心智，强化需求

拔草

用户需求转化

『我买了，心痒难耐趁势下单』

直播带货



短视频带货

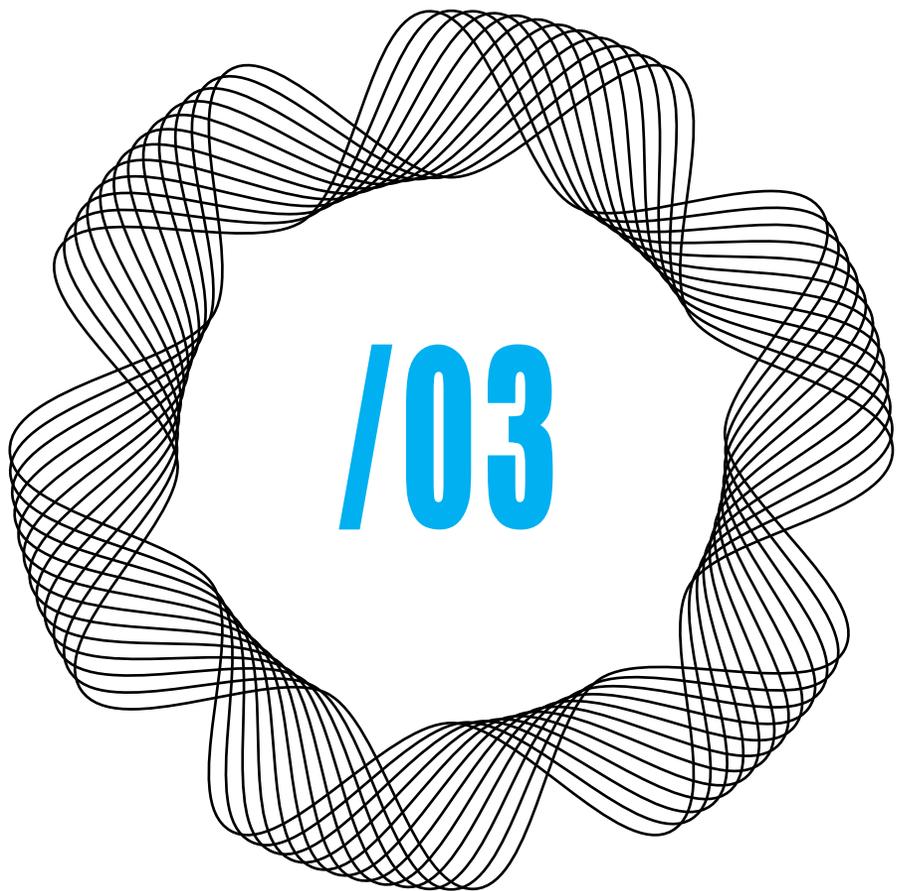


图文挂载小程序

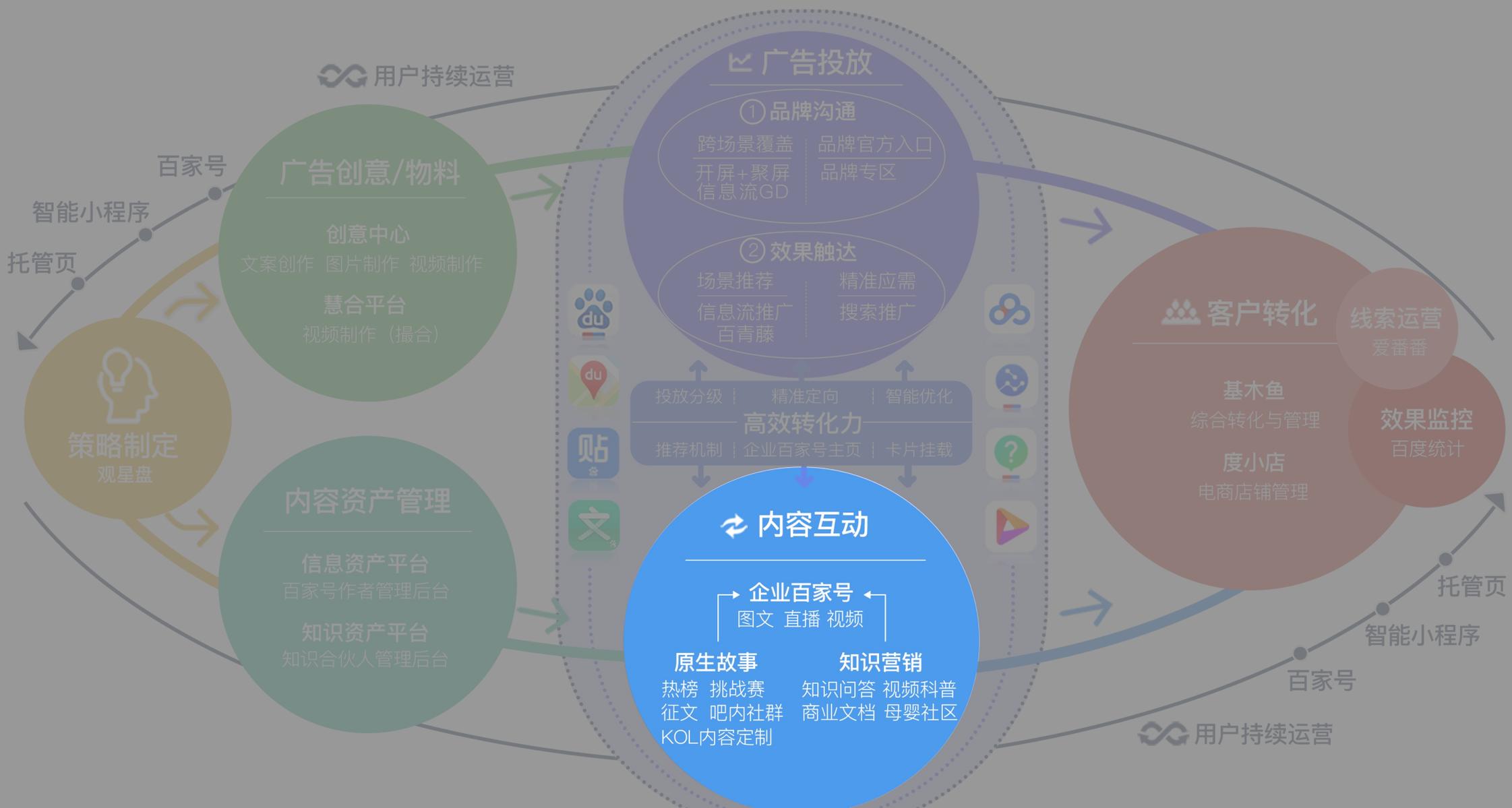


小程序、度小店、基木鱼等服务承接工具平台，
可通过跟内容的多场景挂载，激励用户实现便捷转化。

产品试用领取



如何在百度做内容营销？



用户持续运营

广告投放

① 品牌沟通

跨场景覆盖 | 品牌官方入口
开屏+聚屏 | 品牌专区
信息流GD

② 效果触达

场景推荐 | 精准应需
信息流推广 | 搜索推广
百青藤

投放分级 | 精准定向 | 智能优化
推荐机制 | 企业百家号主页 | 卡片挂载

内容互动

企业百家号
图文 直播 视频

原生故事

热榜 挑战赛
征文 吧内社群
KOL内容定制

知识营销

知识问答 视频科普
商业文档 母婴社区

客户转化

基本鱼
综合转化与管理
度小店
电商店铺管理

线索运营

爱番番

效果监控

百度统计

用户持续运营

百家号

智能小程序

托管页

策略制定

观星盘

广告创意/物料

创意中心

文案创作 图片制作 视频制作

慧合平台

视频制作 (撮合)

内容资产管理

信息资产平台

百家号作者管理后台

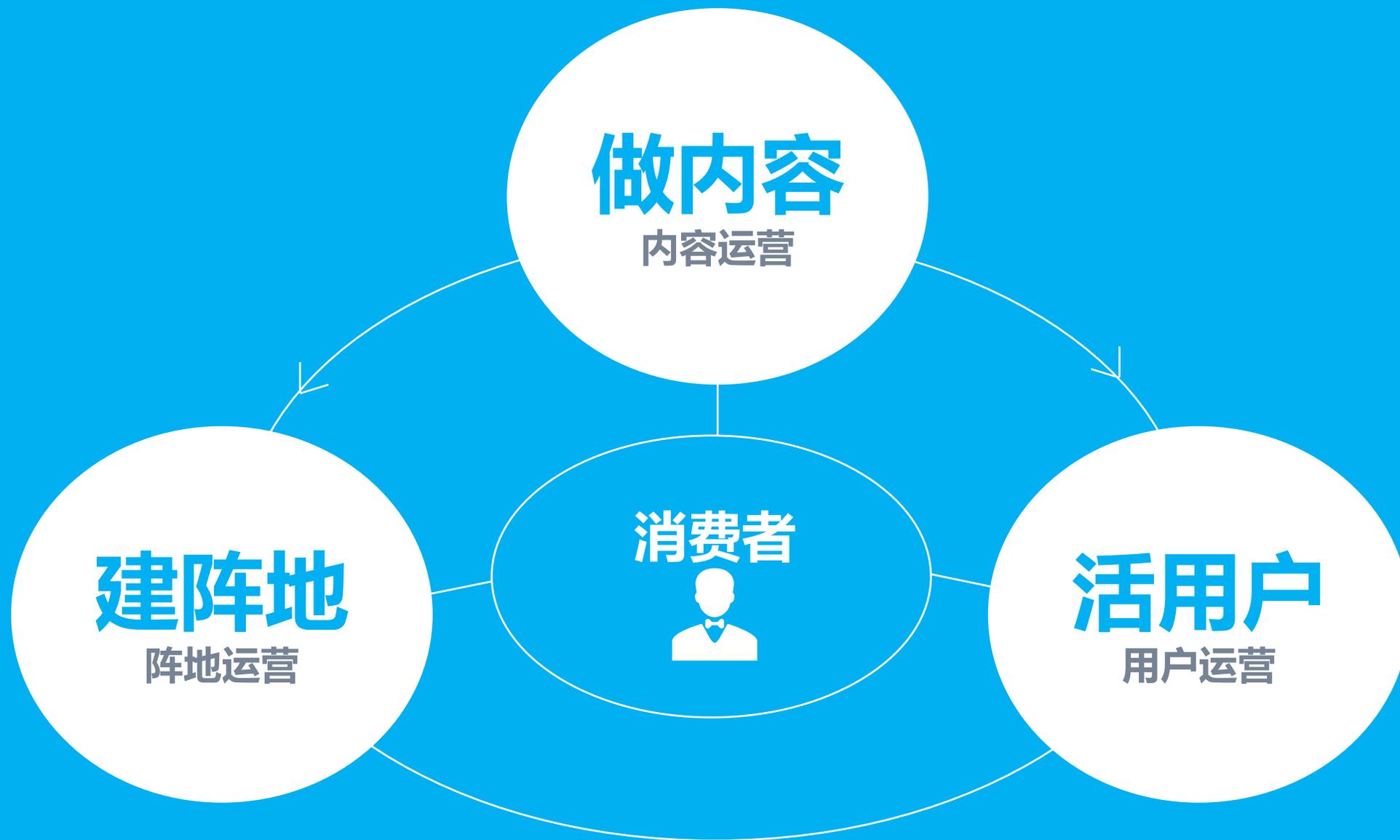
知识资产平台

知识合伙人管理后台

托管页

智能小程序

百家号



01.

建阵地

三位一体 全方位构筑品牌阵地

企业百家号 品牌运营新阵地

企业入驻指南 快速搭建专属阵地

百家号+百科+知道：三维一体筑造企业私域经营阵地，助力企业新成长





企业百家号

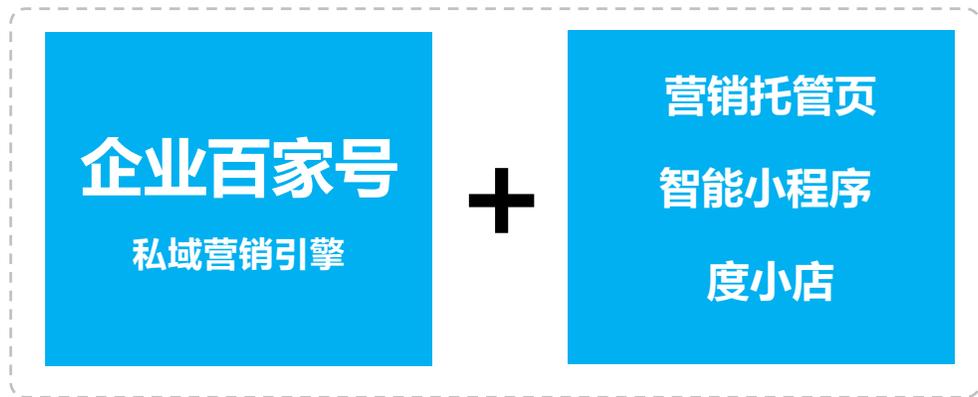
百度专为企业打造的，集品牌内容生产发布、用户运营沟通、销售转化促进为一体的私域运营新阵地。

搜索流量

推荐流量



- 直播+**
媒体直播 秀场直播
- 话题+**
问答类 原生征文
- 活动+**
挑战赛 事件营销



- 浅层互动**
关注 评论 点赞
- 中层转化**
注册 打赏 领券
- 深层转化**
购买交易 评价分享



观星盘+百度统计+爱番番：品牌资产沉淀 用户资产沉淀



企业百家号-创建企业百家号的步骤

Step 1 登陆注册 绑定百度账号



Step 2 选择类型 完成第二步进入



Step 3 填写信息 完成第三步进入

账号信息
企业者信息
运营者信息

Step 4 加V认证 满足认证要求



蓝V是什么：

官方标签是针对机构账号设置的认证，通过后获得“**官方账号”的标签；机构作者完成V认证将获得蓝色V标，彰显权威身份

蓝v申请标准

信用分、粉丝数量、发文篇数、百家号指数内容质量分达标等，各项认证需满足不同要求，具体参考百家号后台说明

蓝v权益影响

权威V标识、粉丝必现、流量扶持、粉丝关注、搜索名片等

百度贴吧-创建贴吧的步骤

注册时长大于3个月且全吧发言30条方可建吧

Step1 进入贴吧主页
输入要想创建的贴吧名



Step2 点击进入贴吧
点击顶部创建贴吧



Step3 创建贴吧
填写贴吧名称并进行验证



百度知道合伙人-入驻方式

Step 1 进入知道主页
点击顶部合伙人入口

Step 2 进入合伙人主页
选择入驻类型

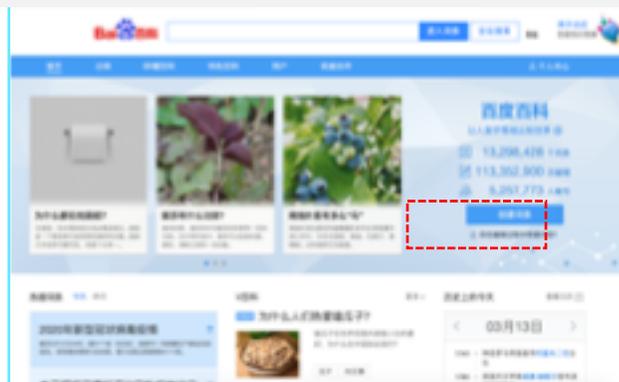
Step 3 编辑资料
成为知道合伙人



知道合伙人入驻规范：<https://zhidao.baidu.com/special/view?id=33965a24626975510400>

百度百科-创建企业词条的步骤

Step 1 进入百科主页
点击右侧创建词条



Step 2 查看引导
了解规则后开始创建



Step 3 同上页
点击企业词条创建通道



Step 4 创建词条
点击极速创建



Step 5 编辑生成
生成词条并上线



02.

做内容

品牌自建-原创生产小技巧

百度赋能-知识营销&原生故事

02.

做内容

品牌自建-原创生产小技巧

百度赋能-知识营销&原生故事

品牌自建内容-内容创作灵感

通过优质的内容，不断走进用户的心中

有趣

激发用户兴趣

通过有趣的内容
吸引路人变粉丝

有用

满足用户需求

通过有用的内容
筛选高质量粉丝

有情

制造价值认同感

通过价值观传递
提高粉丝粘性

品牌自建内容-图文内容制作技巧



找准文章定位

要根据本次推广的目的，
目标影响的受众，来确定文章的定位



3个基本项与2个加分项

基本项：高清无水印，无广告语，图片
内容能反映标题中关键词属性

加分项：三图中三张图片风格色调一致，
图片主要元素完整展现

定位

标题

封面图

排版

两角度切入

从用户群体入手：由人群特征和关注
点，确定标题调性
从推荐机制入手：由易被机器识别的
标题，获取精准推荐



细节关注

排版：帮助读者获取阅读点，扫清阅读障碍
新手剪辑软件推荐
图片：提升文章专业度、美观度
篇幅：从信息流用户体验出发，满足碎片化阅读需
求



品牌自建内容-视频内容&直播内容制作技巧



找准视频定位

要根据本次推广的目的，
目标影响的受众，来确定视频的定位



拍摄技巧

1. 作品主体突出，主次分明，画面简洁
明细，让人有赏心悦目之感。
2. 借助防抖器材，例如三脚架、防抖稳
定器等。
3. 通过推镜头、拉镜头、跟镜头，横向
运动的摇镜头等来使画面富有变化。

定位

前期

拍摄

剪辑

勾勒框架

无论是室内室外拍摄，建议在纸上、
手机上或是电脑上勾勒清晰的思路，
想清楚视频要表达一个什么样的主题，
在哪里拍，背景音乐，需要配合哪些
方面，然后再谈剧情。



后期制作

新手剪辑软件推荐：

- VUE视频相机、美摄短视频、videoleap短视频
- adobe premiere、arctime、小丸压缩工具



02.

做内容

品牌自建-原创生产小技巧

百度赋能-知识营销&原生故事

百度内容营销型产品

知识营销

强曝光
品牌强公关

提效果
转化更高效

重服务
权益更多元

知识
软植

知识营销cpc

知识合伙人会员

原生故事

达人撮合

内容定制

主题征文

海量优质达人
随心选

头部作者提供
创意支持

海量内容
扩大声量

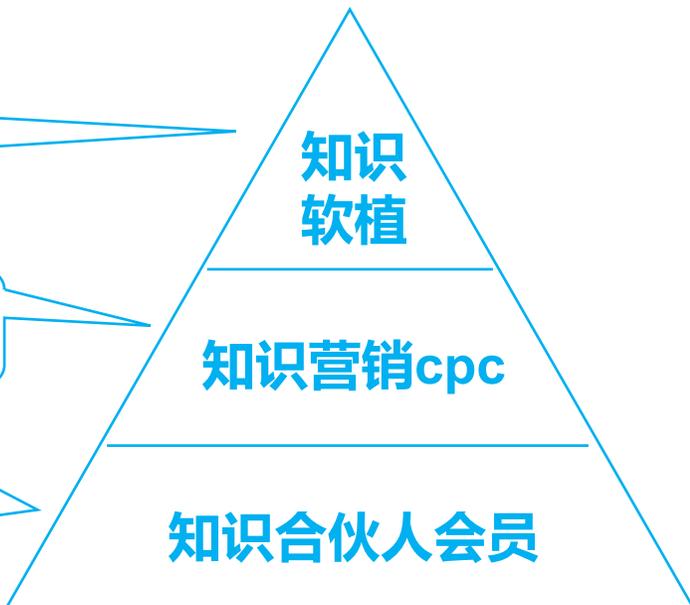
百度内容营销型产品

知识营销

强曝光
品牌强公关

提效果
转化更高效

重服务
权益更多元



原生故事

达人撮合

内容定制

主题征文

知识营销内容示例 | Bai 知道 知识软植-知识闪电

产品简介：客观知识问题，60s内轻快型短视频定制知识短视频，回答网民问题，传递**专业知识**

触发逻辑：短语触发

广告主权益：

流量倾斜	品牌曝光	软性植入	引导转化
搜索结果页top1，文字链导流	问答页品牌官方解答	产品信息软性植入视频	营销组建直接跳转品牌/产品页面



知道问答页



站搜TOP1-结果页



大搜TOP1-结果页



知识闪电中间页

营销组件

知识营销内容示例 | 百度百科 知识软植-秒懂软植入

产品简介：知识导流营销产品，包含**秒懂视频软植入+词条页软植入**。客户可通过秒懂软植入，由品牌发声传播相关行业知识，锁定**品牌专业权威形象**。

触发逻辑：已购买的百科通用词

广告主权益：

流量倾斜	品牌曝光
视频首位露出	视频片头片尾品牌logo露出，片中品牌/产品露出，品牌名称口播

【秒懂视频软植】

- ✓ 视频首位性：保证通用词行业类词条，客户视频首位露出；
- ✓ 视频内容符合百科软植入视频标准；



百科词条页 (PC)



百科词条页 (无线)



词条页软植入

百科词条页 (PC)

知识营销内容示例 | Bai du 百科 知识软植-品牌故事

产品简介：百科品牌/产品词条，品牌提供专业介绍知识，为品牌进行**权威背书**

触发逻辑：已购买的百科品牌词

广告主权益：

流量倾斜	品牌曝光	引导转化
百科KG卡	品牌信息植入视频	营销组建引导跳转官网



大搜搜索结果页



百科词条页



视频播放页

视频区域

品牌区域

品牌介绍等内容由客户提供，百度审核呈现

按钮可点击跳转官网，最多2个按钮

知识营销内容示例 | Bai 百度 知识软植-品牌LOFT

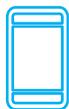
产品简介：集合百度系相关内容及互动产品，打造一站式的品牌内容展示及用户互动展馆，为品牌主建立在百度的可运营品牌阵地。



品牌形象 / 公信力

PART ONE

1. **沉浸式头图：**展示客户品牌标识或明星产品
2. **品牌官网入口：**点击进入客户官网
3. **视频专区（可选）：**品牌故事/秒懂说明书/客户官方TVC
4. **企业领导人（可选）：**企业领袖信息，点击可进入人物百科词条
5. **权威百科词条：**展现原有百科词条内容



产品展示 / 转化

PART TWO

6. **明星产品TAB：**展示客户当季新品/经典产品
7. **品牌动态TAB：**抓取客户官方百度动态数据



用户互动 / 体验

PART THREE

8. **百科数字博物馆（可选）：**点击进入品牌百科数字博物馆



知识营销内容示例 | Bai du 知道 Bai du 文库 宝宝知道 知识营销CPC

产品简介：通过知识问答互动，将与品牌相关的高价值内容传递给目标受众，使受众逐渐形成深刻的品牌认知，深度影响消费决策。

触发逻辑：关键词触发-包括品牌词/产品词/通用词；多种配词策略-包括精确匹配和短语包含

广告主权益：

品牌曝光	引导转化
问答页品牌官方解答	营销组建直接跳转品牌/产品页面

1 广告前链 (e.g. 知道多回答页)

2 知识营销中间页

3 客户LP

或 咨询工具/调起电话等



CPC计费
跳转



跳转



组件



内容生产赋能

内容推荐

内容抓取

内容生产

知识营销内容示例 | Bai du 知道 知识合伙人会员——基础权益篇

产品简介：通过特殊问答/文档样式及产品策略为企业（机构）带来更多收益

产品基础权益：**问答页从内容制作、收录、分发到组件服务，打造客户问答内容闭环**

优质内容制作权益



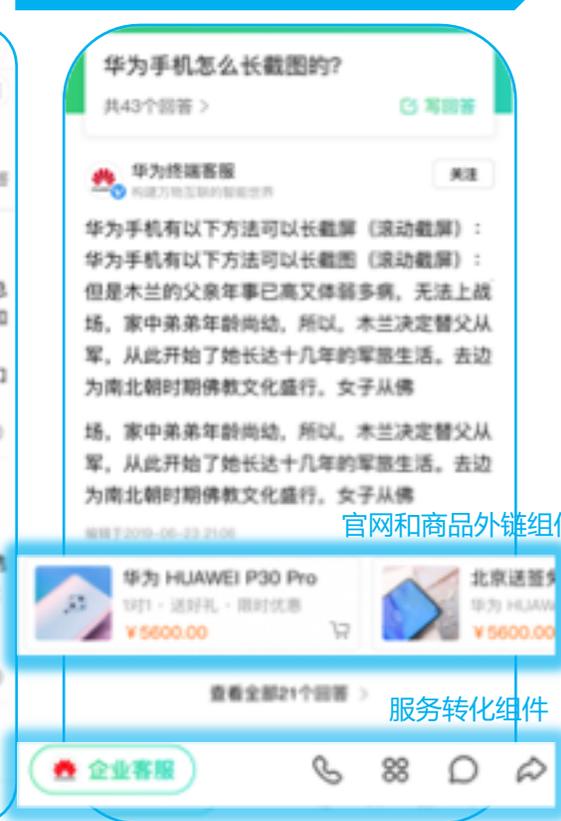
优质内容百度收录权益



内容加权优先分发权益



页面组件前置挂载权益



官网和商品外链组件

服务转化组件

知识营销内容示例 | Bai du 知道 知识合伙人会员——更多权益篇

产品简介：通过特殊问答/文档样式及产品策略为企业（机构）带来更多收益

产品高级权益：更多转换组件，最大化满足引流与线索转化需求；频道个性化满足主页定制、卡片定制、音视频模块与内容专题模块需求

更多转化组件



问答下方新增商机转化区域，紧承优质内容



文档新增高级线索组件：在线咨询留言，以及预约到店等

更多定制权益

视频模块区定制



内容模块区定制

【Reno拍照性能】

OPPO Reno超清夜景有多强大？
在硬件、软件上双升级至超清夜景2.0，夜拍效果不断突破



OPPO Reno的10倍光学变焦效果怎样？

Reno 10倍变焦版采用 4800 万高清主摄+1300 万潜望或长焦镜头+800 万超广角镜头组合



百度内容营销型产品

知识营销



原生故事

达人撮合

海量优质达人
随心选

内容定制

头部作者提供
创意支持

主题征文

海量内容
扩大声量

原生故事内容示例 | 达人撮合

产品简介：为广告主撮合达人进行互娱场景内容制作，以有趣好玩的内容吸引消费者

触发逻辑：信息流推荐

广告主权益：

品牌曝光	软性植入	引导转化
品牌贴纸定制	产品功能软性植入视频	营销组件直接跳转品牌/产品/下载页面

达人短视频



好看APP
不固定位置展现



角标挂接提升品效结合度

达人小视频



手百draw流
不固定位置展现



8秒自动弹出，或
直接点击



单图链接/下载

原生故事内容示例 | 内容定制

产品简介：为广告主提供内容生产，短时间内用高质量内容，提高口碑

触发逻辑：信息流推荐

广告主权益：

软性植入

品牌、产品、活动信息软性植入文章

原生故事一视频形态



注：打开百度APP，百家号内容位于手百feed流中，截图仅供查看用户体验路径入口说明参考，非固定位置/干预推荐依据

原生图文一图文形态



手百Feed



文章详情页



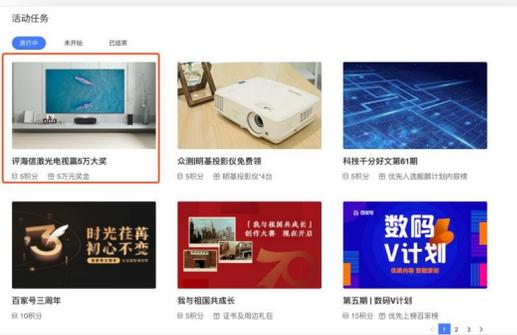
基木鱼落地页或官方小程序

原生故事内容示例 | 百主题征文

产品简介：通过百家号后台下发文章征集任务，以丰厚奖品吸引广泛作者参与

触发逻辑：信息流推荐

优质内容获取造势



百家号活动广场置顶



百家号热门任务位置置顶



合作文章霸屏传播



03.

活用户

拉新：多渠道入口触达，增加新用户

留存：持续运营互动，提升粉丝粘性

转化：不同活动、组件设置，引发转化

依据用户成长周期，分阶段实施运营策略

	拉新-获客阶段	留存-促活阶段	转化-收割阶段
目标人群	潜在用户	留存用户	意向用户
运营目标	培养高潜力值的用户， 逐渐转化为产品用户	充分维护和用户之间的关系， 培养忠诚度，调动终身价值	刺激用户转化， 激活低粘性用户
运营重点	关注拉新渠道的质量以及 拉新效率；	老用户留存率、活跃度	用户转化率，低粘性用户 召回激活率
运营玩法建议	达人撮合&内容定制：通过 feed分发广泛的吸引用户	品牌故事、知道CPC：通过品牌 类词或问答持续影响品牌人群 粉丝必现、群发消息、私信能力、 加购支付等能力	

留存 | 持续经营粉丝，保障企业与用户的无缝连接与沟通



转化 | 多场景高效转化，实现营销闭环

企业百家号提供三大转化路径，多场景高效转化

号主页



号主页：品宣区、直播区、关联小程序区、底部菜单区
四大转化入口，充分满足企业不同的转化需求

号内容



号私信



用户发私信

企业收私信

精准push

小结：不同阶段企业内容营销建议

企业阶段	建阵地	做内容	活用户
新手内容玩家	<ul style="list-style-type: none">• 百度百科• 企业百家号	<p>内容类型：图文内容100%</p> <p>商业产品推荐： 知识营销-知道CPC</p>	<p>内容更新：至少每周1次</p> <p>互动沟通：对于用户问题保持24小时内及时回复</p> <p>活动运营：至少每季度1次</p>
进阶内容玩家	<ul style="list-style-type: none">• 百度百科• 企业百家号• 百度知道合伙人	<p>内容类型： 图文内容 60% 视频内容20% 问答互动内容20%</p> <p>商业产品推荐： 知识问答类、品牌故事、原生图文等</p>	<p>内容更新：至少每周2-3次</p> <p>互动沟通：对于用户问题保持当日回复；</p> <p>活动运营：至少每月1次</p>
高阶内容玩家	<ul style="list-style-type: none">• 百度百科• 企业百家号• 百度知道合伙人• 百度贴吧、地图等	<p>内容类型： 图文内容30% 视频内容40% 问答互动内容30%</p> <p>商业产品推荐： 原生图文、达人撮合等</p>	<p>内容更新：每日更新</p> <p>互动沟通：即时回复用户问题</p> <p>活动运营：每周1次</p>

备注：以上为建议值，客户可结合自身内容生产和运营能力定制内容营销及运营策略。

Thanks

