

本地服务企业发展洞察

连接中小企业，赋能中小商家，丰润本地商业

百度营销研究院 2022.12

PART 1 本地服务企业发展现状

用户复工复产热情高，本地企业引领经济复苏

PART 2 本地服务企业发展机会

满足用户需求为本，抓住市场发展机会

PART 3 本地服务经营成效显著

百度本地服务为用户与商家建立高效连接

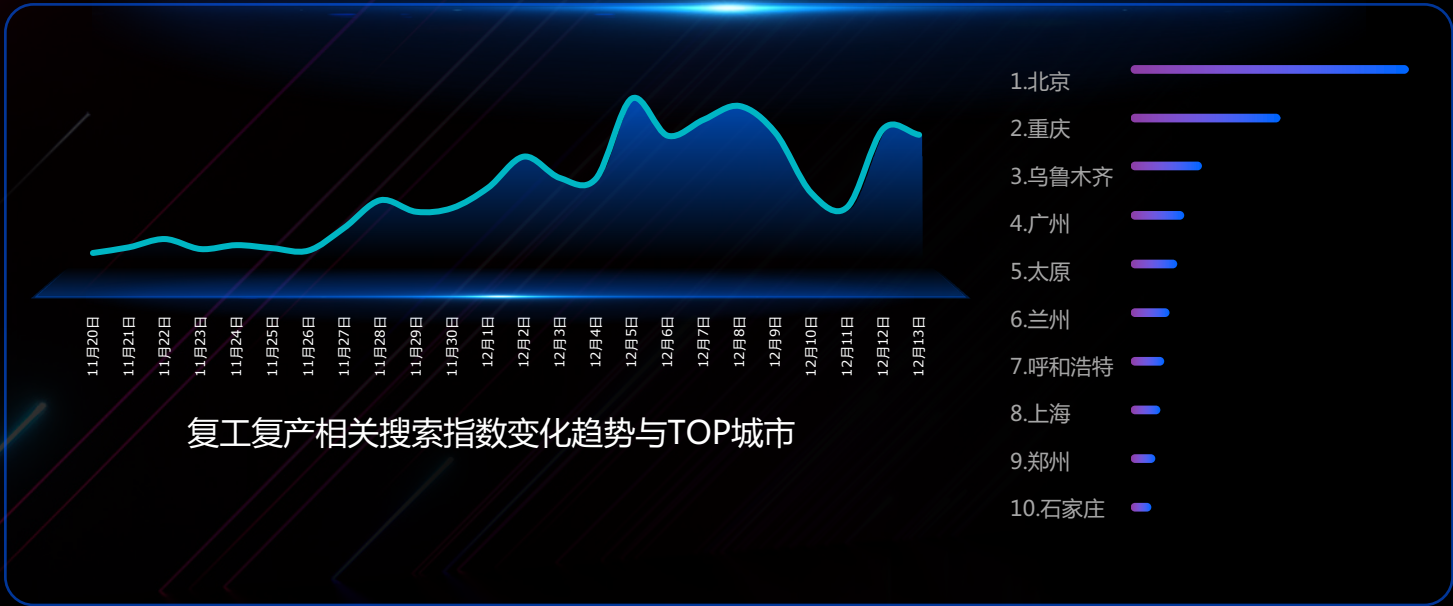
本地服务企业发展现状

用户复工复产热情高，本地企业引领经济复苏

本地企业是社会经济发展的毛细血管和中坚力量， 用户复工复产热情高，本地企业引领经济复苏

用：复工复产搜索指数自12月5日持续走强

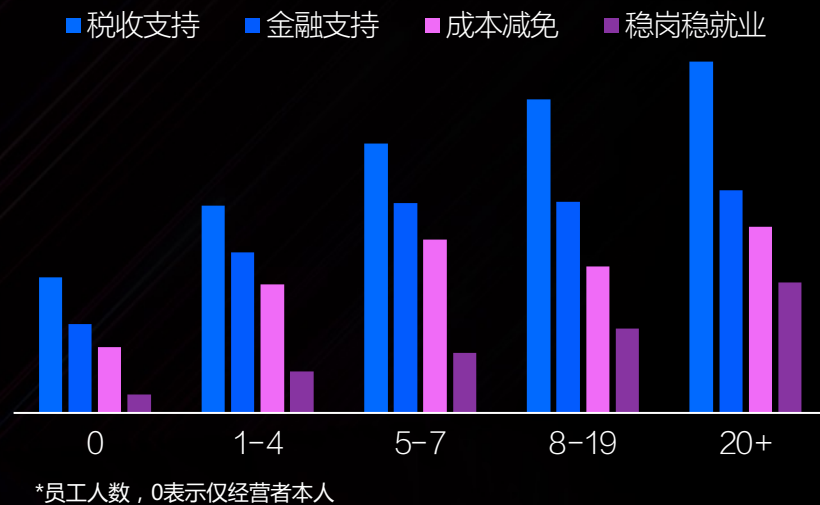
商：本地企业商机领先反弹



中小企业发展迎利好，一揽子稳经济政策扶持企业经营纾困

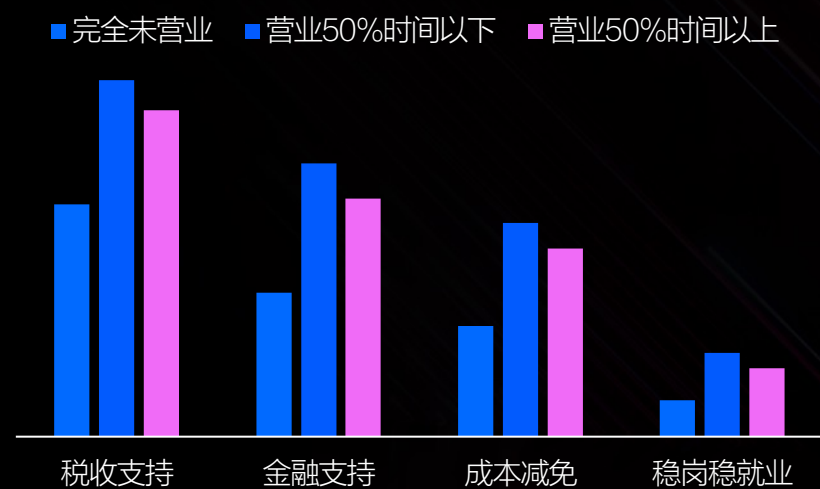
小微经营者受益于各类扶持政策，
税收支持政策覆盖度最高

2022二季度不同员工规模小微经营者
享受到各类扶持政策的比例



积极开展经营的小微经营者，受政策
扶持覆盖度更高

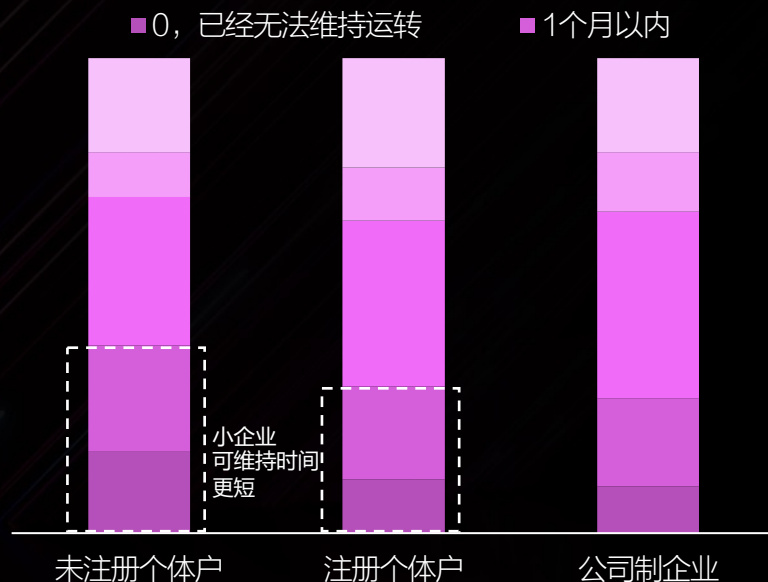
2022二季度不同正常经营时间比例小微经营者
享受到各类扶持政策的比例



中小企业经营困难仍客观存在，迫切需要控本与市场机会

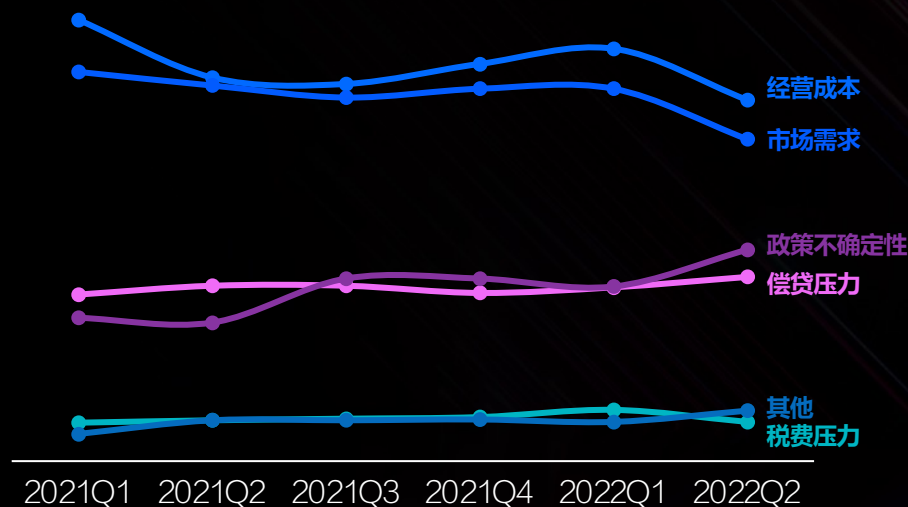
小微经营者因其规模小而更具有脆弱性
普遍面临现金流可维持时间短的情况

不同注册类型经营者 2022二季度现金流维持情况分布



小微经营者面临主要的经营压力来源为经营成本 and 市场需求压力，迫切需要控制成本、把握市场需求

小微经营者面临的主要经营压力来源



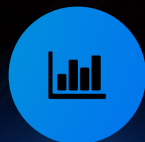
百度营销，助力企业把握机会，提供更优成本解决方案

◆ 中小企业发展出路 ◆

抓机会



积极经营



控成本



◆ 百度营销提供服务 ◆

数据洞察
市场需求



线上海量
优质机会



借势
高潜平台



本地服务企业发展机会

百度平台拥有丰沃的本地用户土壤
满足用户需求为本，抓住市场发展机会

WHAT：百度本地服务包罗「活学住行美商」方方面面

- 生服、教培、房产装修、医美、商服等需求整体热度较高，其中便民服务、职业培训、装修建材、口腔医美、法律服务等细分需求更加突出；
- 百度本地服务在更依赖综合性知识与内容进行决策的行业更具优势。

百度本地服务重点行业分布



HOW：「活」房屋维修需求反映出用户对家居环境改善日益注重

➤ 房屋维修需求增长最快；家电维修中清洁、运动及美食类家电维修需求更高；数码维修中手机电脑及监控设备维修需求较高。

主要房屋维修用户需求增长分布



HOW：「活」摄影婚庆用户需求更专业，对服务体验与仪式感的追求催生更精细化的服务需求；用户需求也更理性，对价格信息更加关注

用户需求

用户交易

用户线索

用户忠诚

摄影婚庆用户热门关注服务



+201%
情侣照



+157%
求婚策划

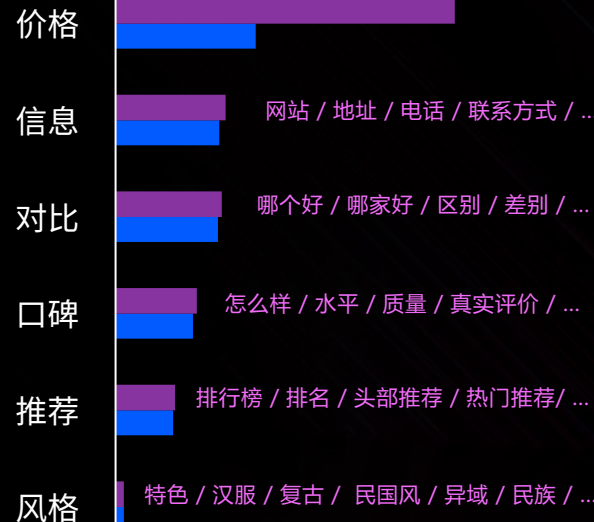


+43%
化妆跟妆



+52%
典礼跟拍

摄影婚庆用户主要关注点

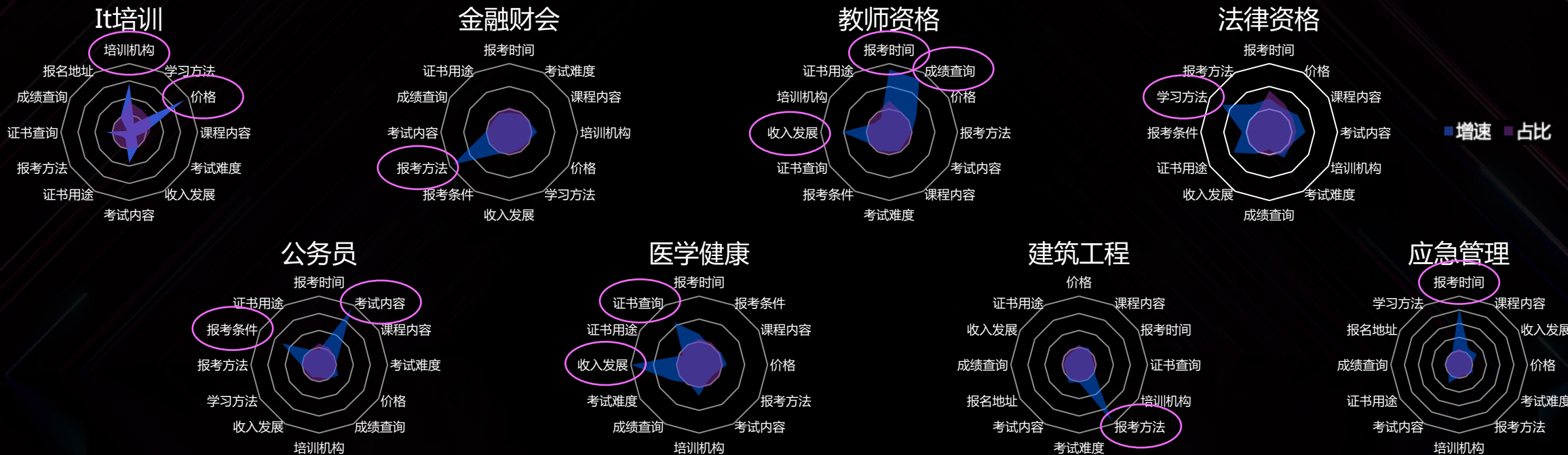


■ 2022Q3 ■ 2021Q3

HOW：「学」职业培训关系自身长远发展，关注点详尽，不同领域差异大

- 以IT培训为例，专业度高、行业发展快，对培训机构质量关注度最突出；
- 教师资格、医学健康考证均为所在行业进入特定业务领域的必须项，用户对考证后收入发展关注度较高。

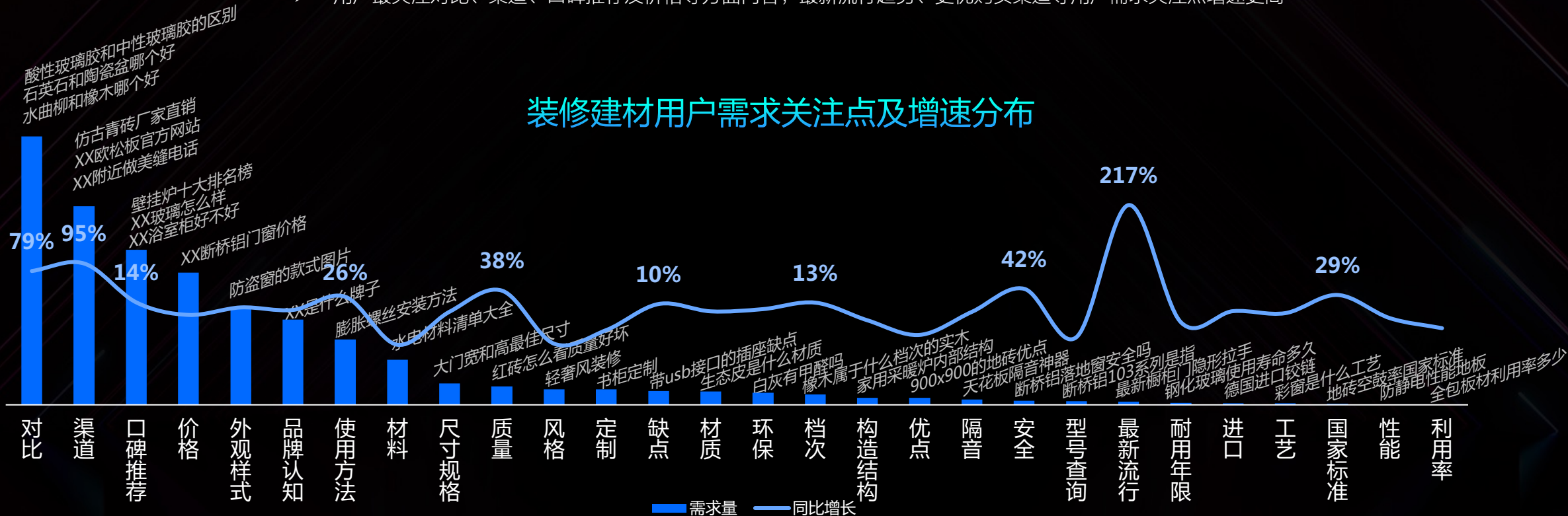
主要职业培训行业用户关注点需求及增长分布



HOW：「住」装修建材对用户决策挑战高， 用户更倾向于通过对比、筛选渠道、关注口碑做出决策

➢ 用户最关注对比、渠道、口碑推荐及价格等方面内容，最新流行趋势、更优购买渠道等用户需求关注点增速更高

装修建材用户需求关注点及增速分布

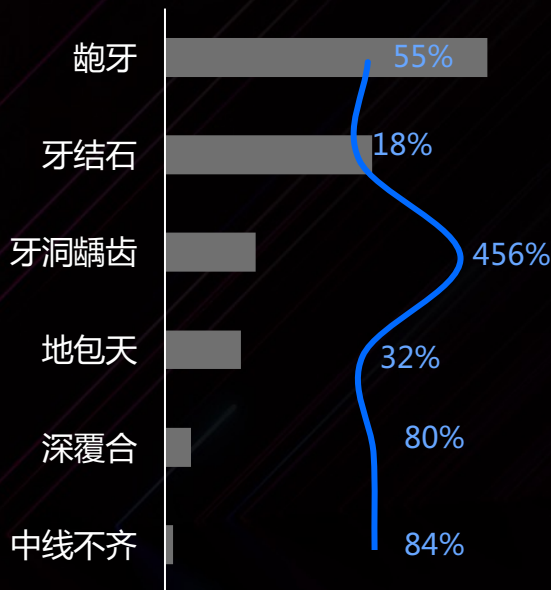


HOW：「美」口腔用户对完美的追求亦无止境

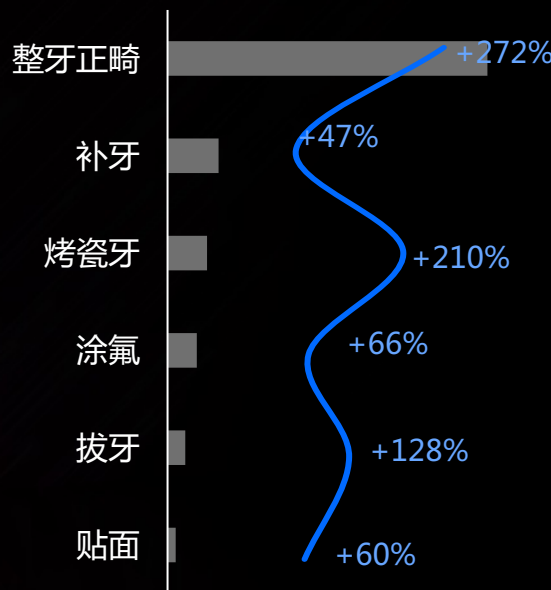
- 口腔问题中牙洞龋齿、深覆合、龅牙等细分类目增速较高；口腔项目中整牙正畸、烤瓷牙、拔牙等细分类目增速较高；
- 搜索需求反映用户真实关切，价格、体验、长期影响等内容更受用户关注。

主要口腔高增长类目与搜索词关注点

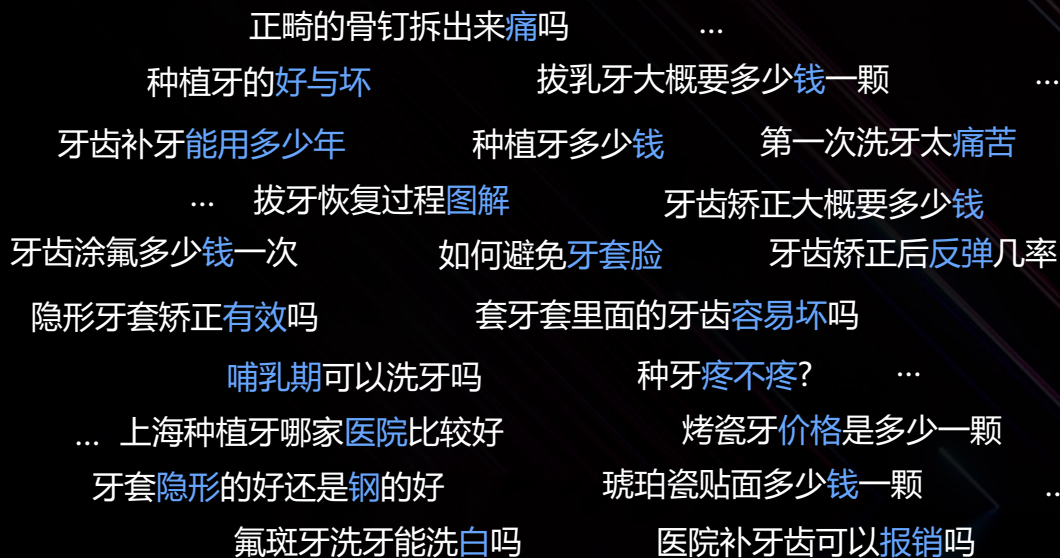
增速较快的TOP口腔问题分布



增速较快的TOP口腔项目分布



口腔搜索需求体现用户真实关切



HOW：「商」法律服务平台应更注重价格透明与案例丰富， 律所及律师宜从多方面精细化提升知名度

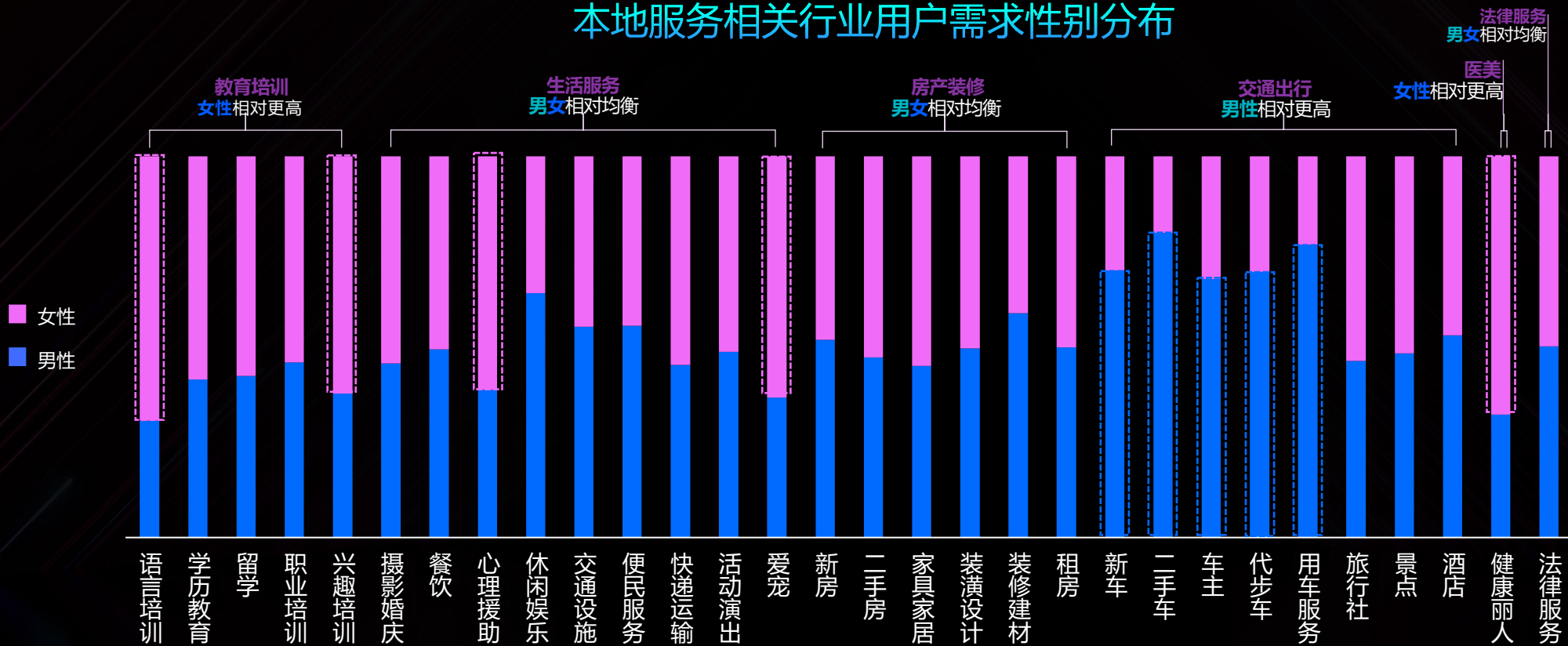
- 法律平台做好法律服务，可标识服务价格范围，并不断充实平台案例，供日益增加的年轻用户参考；
- 律所与律师的品牌知名度作为用户决策的重要考虑因素之一，仍需持续进行品牌推广，从推荐/资质/能力等多维度，保持及扩大品牌知名度。

法律服务细分类别关注点分布



WHO：女性积极寻找多种人生乐趣，男性对车的热情不减

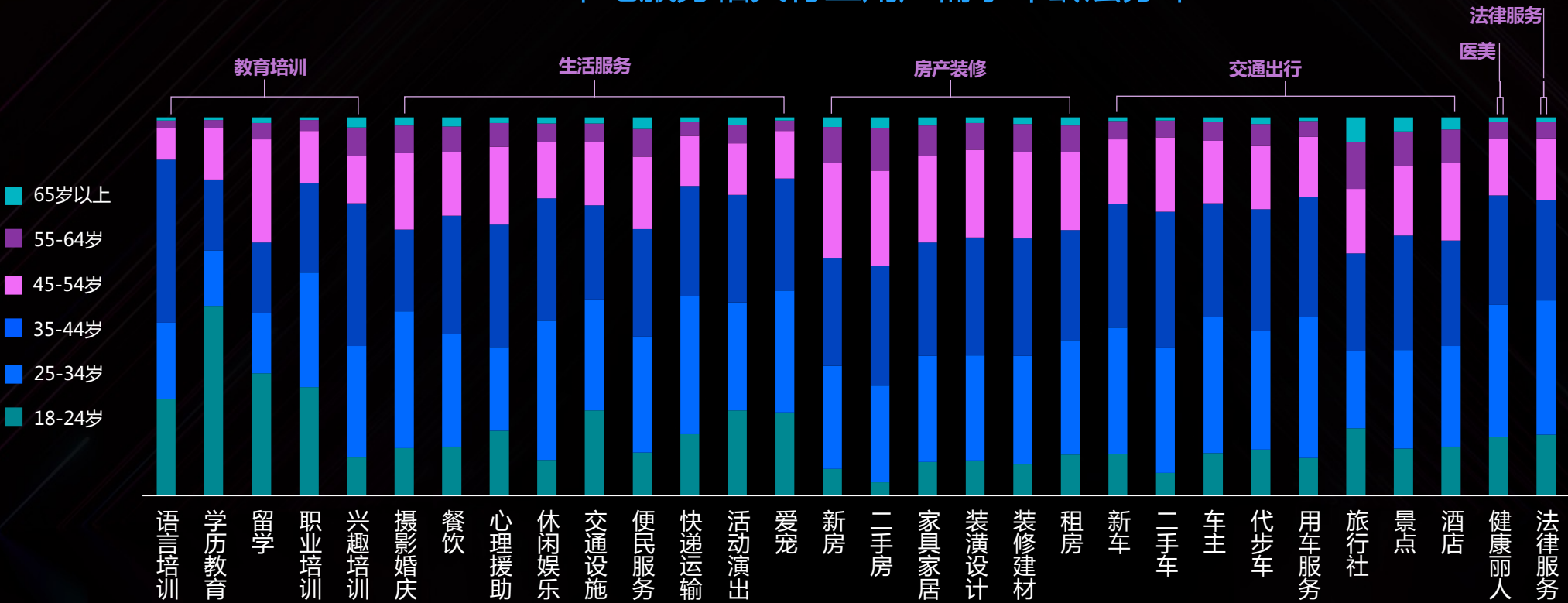
本地服务相关行业用户需求性别分布



WHO：年龄分布与人生阶段呈现相关关系

➢ 18-24岁青年对各类教育提升需求旺盛；25-44岁青中年是生活服务相关需求主力军，也是消费能力较强的优质目标客群

本地服务相关行业用户需求年龄层分布

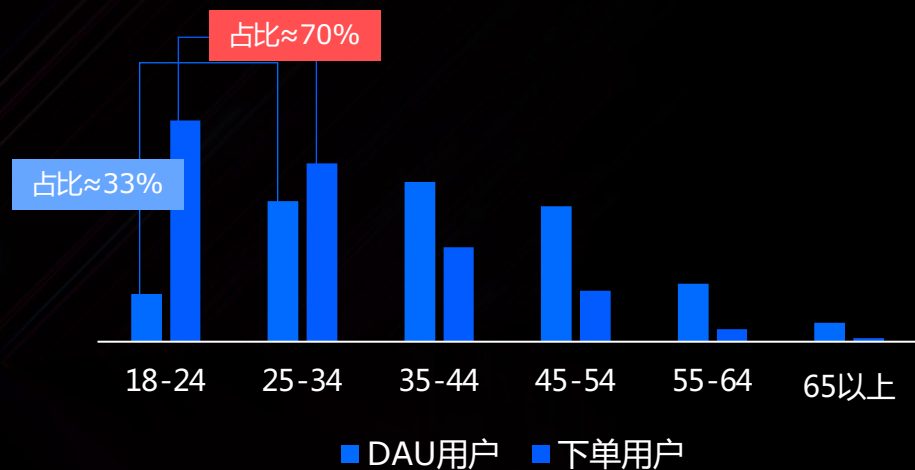


快决策品类：中年人来看得更多，年轻人来买得更多

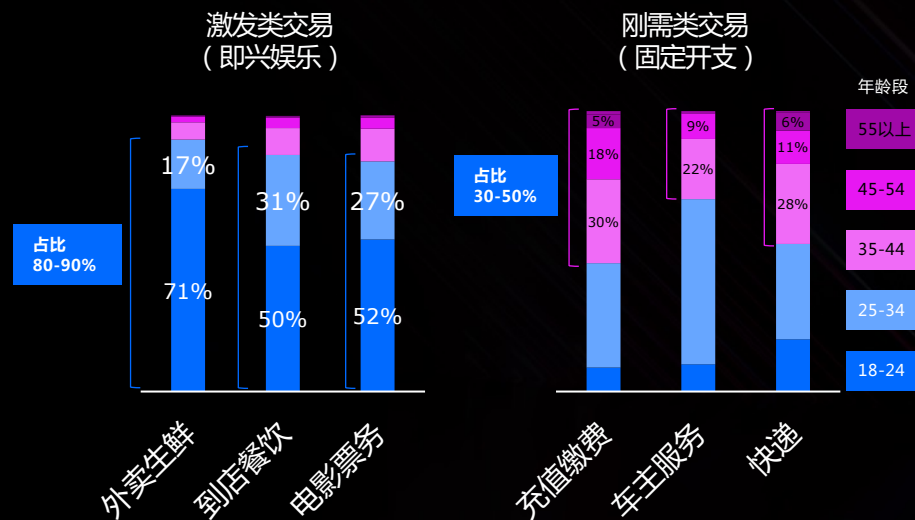
中年人更多为刚需付费，年轻人更爱为玩乐付费

- 35-54岁中年人在日活用户占比相对更高、18-34岁青壮年在下单用户占比相对更高，18-34岁用户在惠生活的日活用户中占比约三成(33%)，构成了下单用户的七成(70%)，百度本地服务拥有比例较高且有付费意愿的年轻用户；
- 用户交易类型有不同偏好，年轻人在外卖餐饮、到店餐饮、电影票务等激发类娱乐类行业交易占比更高，中年人在充值缴费、车主服务、快递等刚需类行业交易占比相对更高。

惠生活活跃&交易用户年龄段分布对比



惠生活不同类型交易用户年龄段分布



中长决策品类：中青年男性人群较多；年轻用户对教育培训、商务服务、交通出行等服务获取更高，壮年以上对整形美容、房产家居等获取更高

主要行业用户性别年龄分布

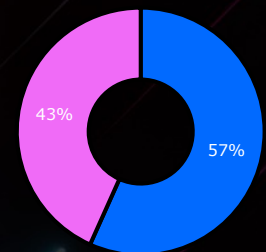
用户需求

用户交易

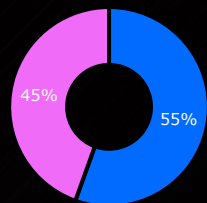
用户线索

用户忠诚

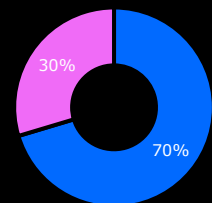
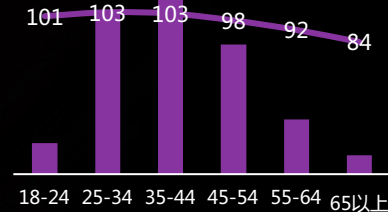
本地服务中长决策品类整体



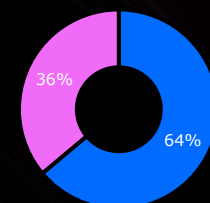
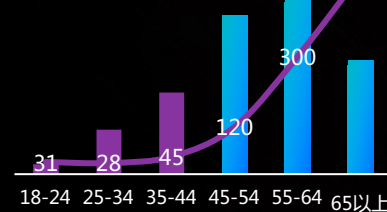
女性 男性



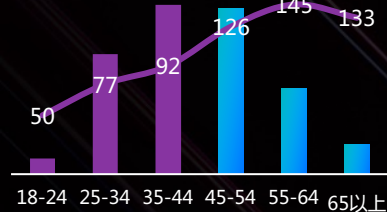
生活服务



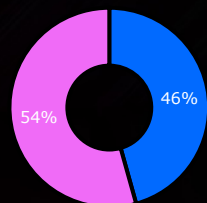
医美



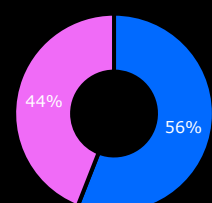
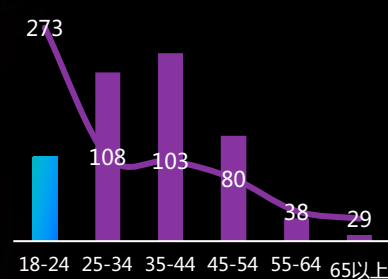
房产家居



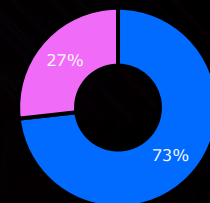
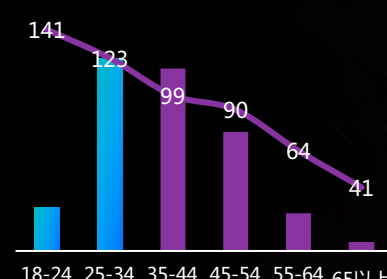
TGI
占比
TGI>110的城市线占比



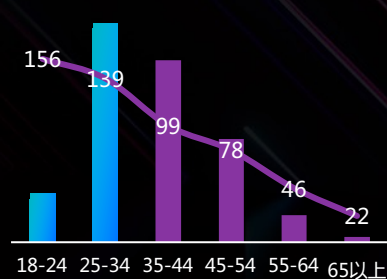
教育培训



商务服务

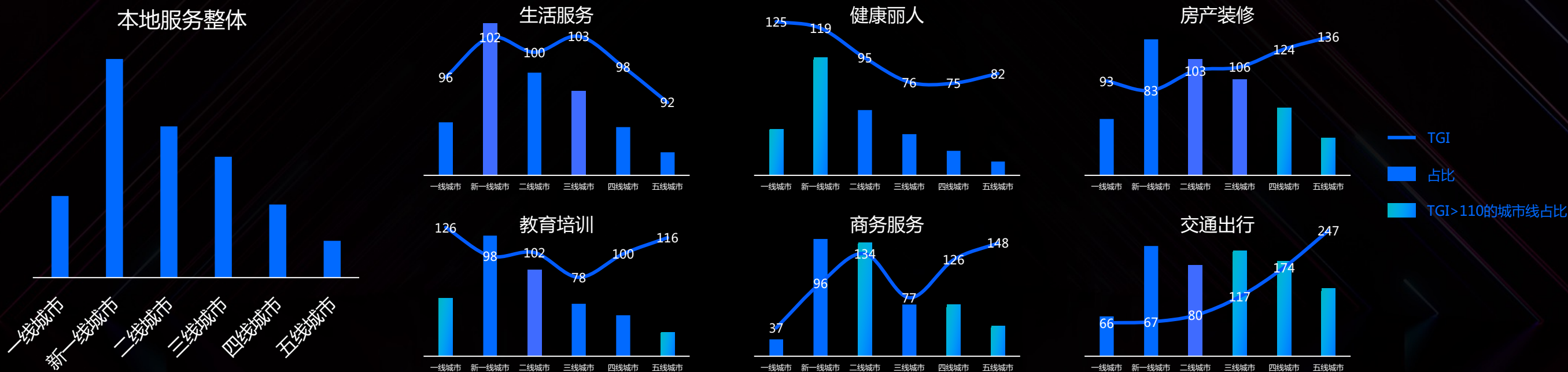


交通出行



中长决策品类：高线城市依然引领「活美住学商」，「行」在低线城市更活跃

主要行业用户城市线分布



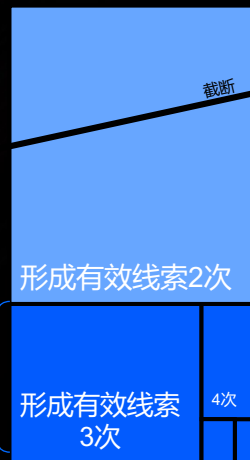
用户忠诚：越来越多用户在百度主动获取多次服务，商家经营『回头客』愈加重要

- 百度本地服务为用户带来更加良好的服务体验，越来越多用户在百度进行多次服务获取，2022年11月vs6号月，这半年间，形成有效线索3次及以上用户占比提升13%，向深度忠诚演进。

多次形成有效线索用户比例分布
(2022年6月)



多次形成有效线索用户比例分布
(2022年11月)

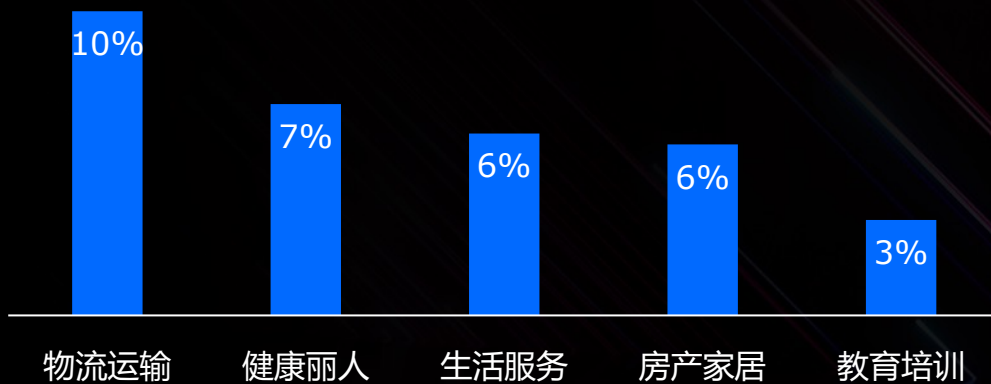


占比增长
13%

用户忠诚：多线索用户主要形成在物流等高频行业和健康丽人等重决策行业，为商家提供持续经营用户的机会

- 用户信任百度，依赖百度进行重复、多次、长期持续的服务获取。

多次有效线索用户占比TOP5行业类目
(2022年11月)



百分比=一个月内此行业有两次及以上有效线索的用户/所有有效线索的用户占比

用户在百度获取知识信息与多样服务，打开生活新世界大门， 也为商家形成高价值用户培育沃土

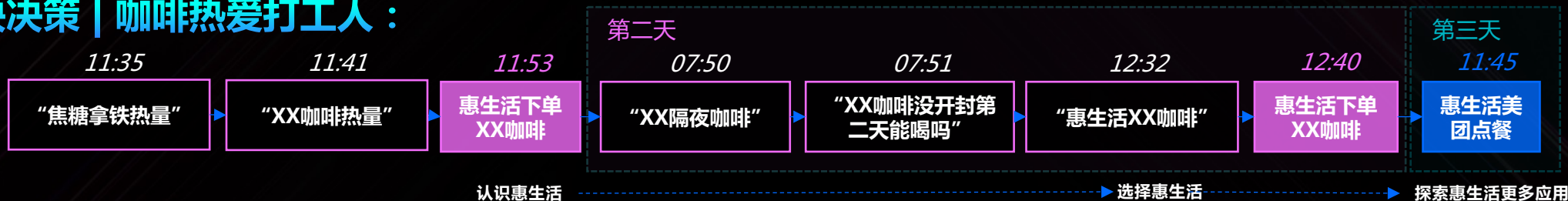
用户需求

用户交易

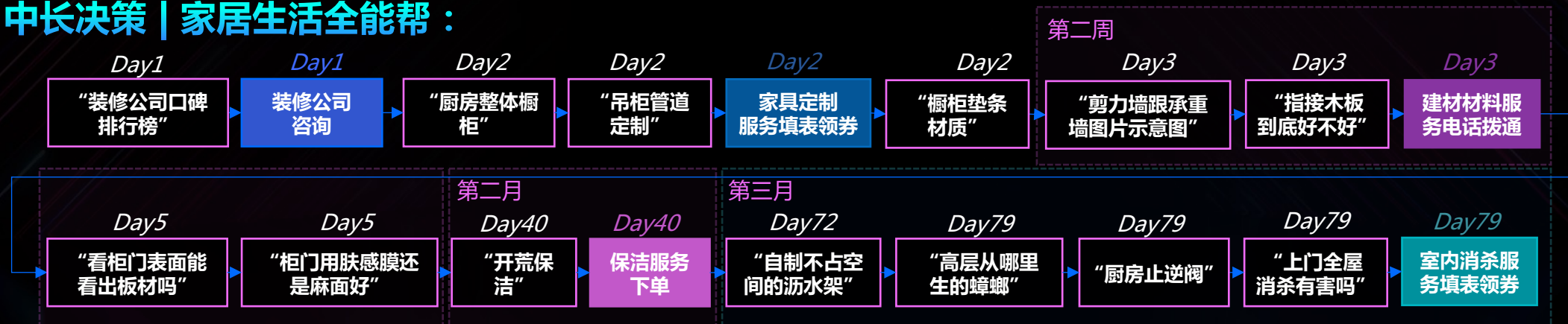
用户线索

用户忠诚

快决策 | 咖啡热爱打工人：



中长决策 | 家居生活全能帮：



百度本地服务经营成效显著

本地服务为用户与商家建立高效连接

帮助用户决策直达服务，缩短服务路径

百度APP全方位满足用户不同场景的综合内容与服务需求；通过真实的用户评价，决策参考更高效

产品价值
经营成效
经营成效
经营成效
经营成效
经营成效
经营成效

『现在能明显感受到百度越来越多的科技在往**生活领域**上扩展，比方说可以拍照搜植物，然后讲给孩子听。』
——王先生，后勤管理，成都，有孩

“百度涉猎的细分领域更多了，也更贴近用户生活，从综合资讯变成**生活服务**平台。”
——赵女士，行政助理，北京，单身



“**植发**之前就会去百度查资料，还可以直接预约门店面诊。”
——冯先生

运用更多科技便捷生活

提供更多小程序服务生活

“第一次百度**租车**。用的是百度查询的租车公司小程序。”
——孙女士



“买**汽车**的时候百家号的专业测评和达人真实讲解提供了很多帮助。”
——纪先生

发布原创内容赋能生活

覆盖更多品牌消费生活

“在买**电器**的时候，很方便地找到了门店”
——王女士



“**旅游**预定酒店，纪念活动想找合适的书法作品参考这些生活场景都能在百度找到相应内容。”
——陶女士，书法老师，扬州，已婚

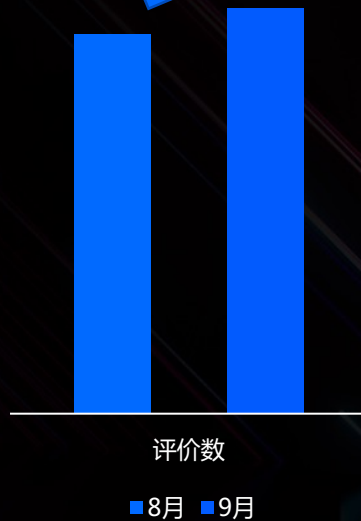
“在百度能查到很多关于**职业教育**的事情，比方说在百度对比了很多学校的课程设置，还报了名。”
——王女士，杭州，白领



用户认为百度APP确实在帮助TA们生活

本地服务商
铺评价数

环比增长7%

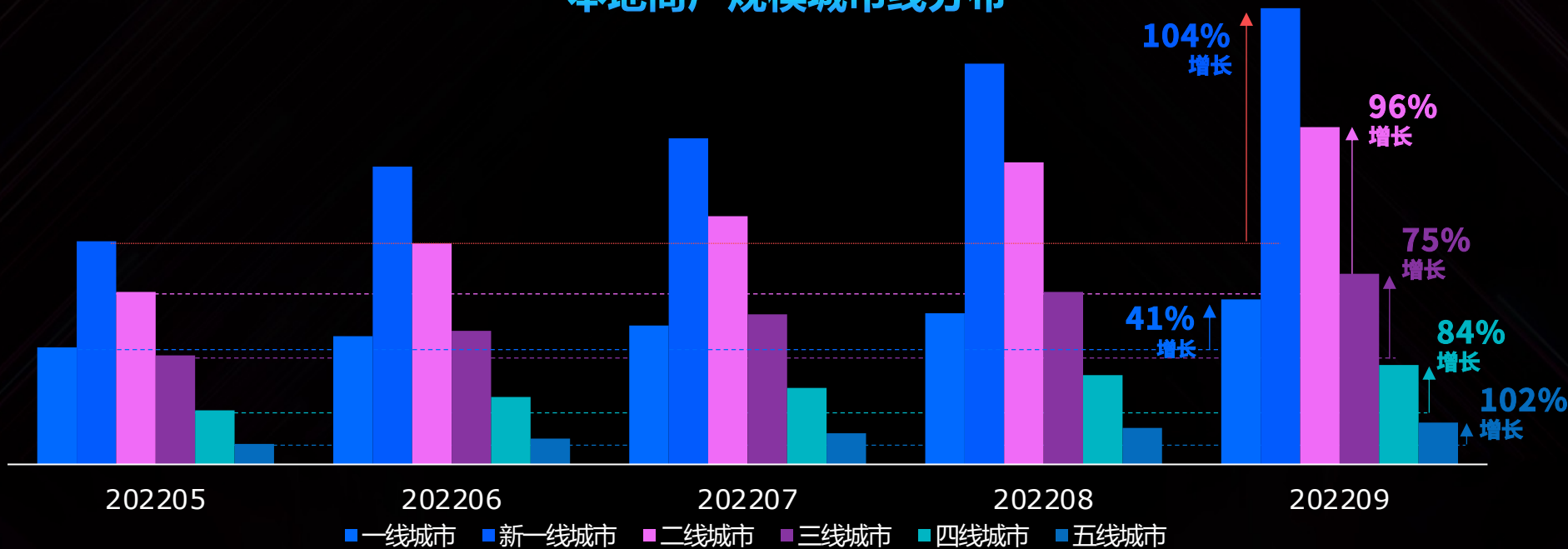


服务不同成长阶段企业提供多种解决方案，助力商家成长



商家：百度本地服务能力不断完善，吸引商家纷纷入驻， 新一线及五线城市商家规模增长更快

本地商户规模城市线分布



商家：高线城市商家入驻数量较大，旅游服务下沉市场商家数相对较高， 增速在各城市线均有较大发展动力

本地商家数量规模重点行业分布



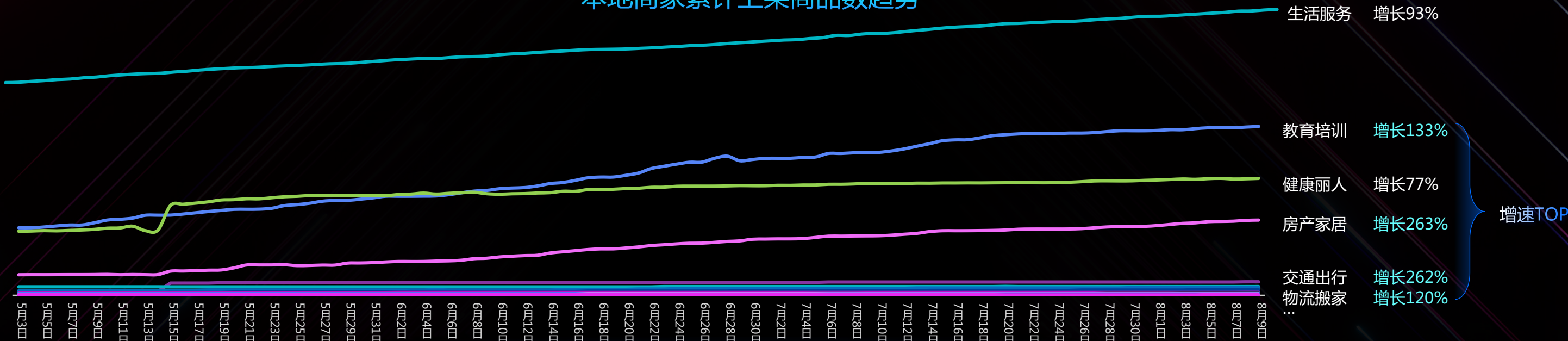
本地商家数量增速重点行业分布



商品：本地服务商家上架商品数持续增长，满足用户更丰富的需求

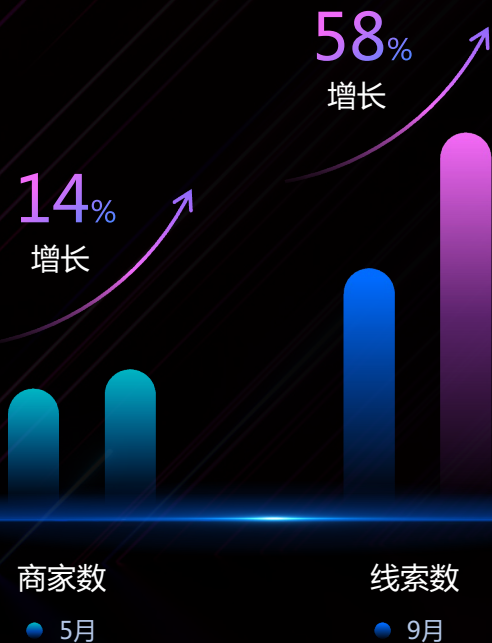
➤ 教育培训、房产家居、交通出行、物流搬家等商品数增速最高

本地商家累计上架商品数趋势

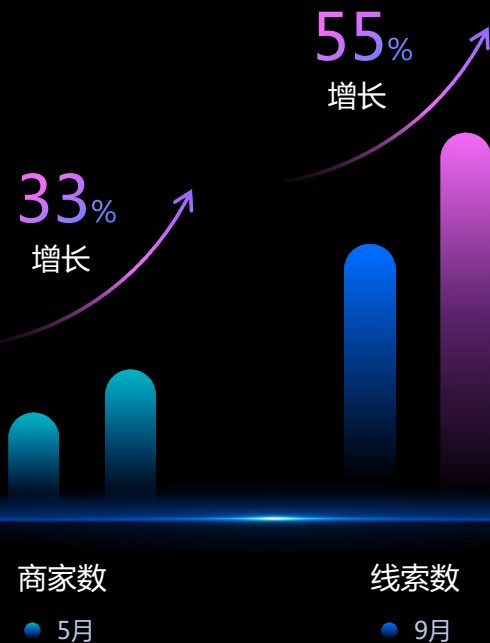


线索：本地服务推广线索增长显著，本地商家积极配置，丰富的线索组件，满足不同用户联系方式偏好

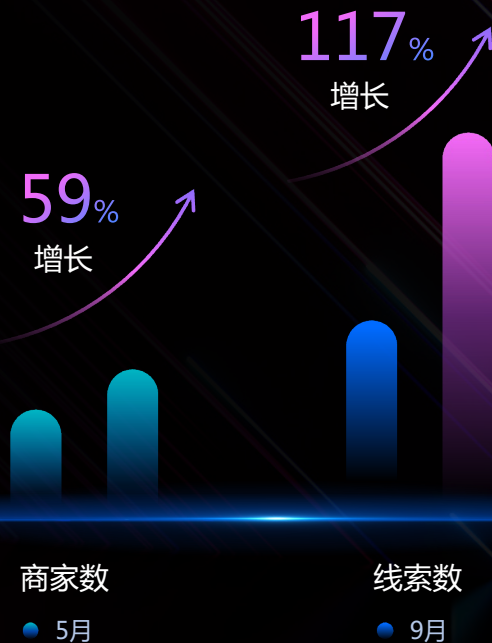
使用咨询组件商家及获线索数



使用表单组件商家及获线索数



使用电话组件商家及获线索数



交易：本地服务后链路成交收效增强，本地商家经营效果显著，
动销、订单及支付率等全链路各环节收效提升，商家获利效率更高

本地商家后链成交收效变化

商家30天动销率

15%
增长

202203 202208

商品30天动销率

28%
增长

202203 202208

订单提交数

198%
增长

202203 202208

订单支付率

12%
增长

202203 202208

产品价值

经营成效
商家

经营成效
商品

经营成效
线索

经营成效
交易

经营成效
案例

案例：啄木鸟家庭维修的本地营销之道

- 投放百度本地推广后，『啄木鸟家庭维修』实现线索转化成本降低48%，惠生活日均订单量增长200%。优异的营销效果让『啄木鸟家庭维修』不断加码预算和持续深耕百度本地生活营销场景。

账户搭建与oCPC

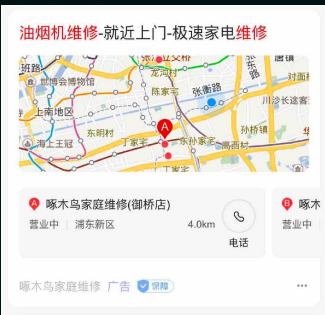
旗下全国门店入驻，并使用多个账户投放本地推广，账户内的不同计划则是按照『城市+推广业务』进行区分。

在推广地域上，『啄木鸟』基于本地推广的LBS定向能力，投放了门店周边8-10km，既覆盖了每个城市的主要城区，又能精准获取周边线索。

考虑到不同城市的转化目标特征与转化成本差异，『啄木鸟』根据计划推广城市的等级如一线城市、二线城市、三线城市分别新建oCPC包，并设置不同的目标转化出价。

创意

『啄木鸟』的创意撰写重点突出『附近均有服务点』、『就近安排工程师』、『快速上门』等字眼，搭配本地类创意组件的距离位置信息，保证了广告对周边目标客群的强吸引力。



(多门店卡创意实例之一)

落地页（店铺）

『啄木鸟』针对本地推广专门搭建了店铺页，其店铺页的质检分为93分，达到『本地推广优质店铺页』标准从而获得了生态扶持。

在网民体验和转化引导上，『啄木鸟』店铺页具有以下优点：

- 1.基础信息&品牌介绍：展示明确的店铺品牌和位置信息；
- 2.团购商品：维修项目及收费方式信息一目了然；
- 3.精选评价：沉淀海量评价，促进网民消费决策；
- 4.服务团队&热门问答：体现服务专业性，结合咨询转化组件引导网民转化。

惠生活付费推广

惠生活付费推广上线后，『啄木鸟』也针对性地通过『优化中心』和『关键词规划师』等渠道添加了大量行业关键词，最大化提升其在惠生活Top1位置展现机会。



优质服务评价沉淀，驱动转化效果提升，形成业务良性循环

营销效果

点击率：本地推广创意点击率提升109%

转化率：本地推广计划投放店铺页转化率提升61%

线索转化成本：本地推广线索转化成本降低48%

惠生活日均订单：惠生活日均订单量对比付费推广前增长200%

得益于百度本地推广带来的优异转化效果，『啄木鸟』不断增加预算，目前『啄木鸟』的本地推广消费在百度渠道的整体占比达到74%。

THANKS