

— B2B内容营销系列课程 —

从0到1打造B2B内容营销

讲师：陈志杰

陈志杰

- 上海营效信息科技有限公司创始人
- 拥有近20年品牌与营销管理、数字营销等实战经验。曾在2家上市公司担任CMO，负责市场营销与品牌推广
- 目前专注于消费升级、数字化消费体验与营销技术类项目的创投孵化与咨询，梳理与挖掘市场增长的机会
- 主编并联合撰写《中国Martech白皮书》，协助行业建立更高效广泛的营销技术交流与合作





目录

- B2B内容营销的定义与要点
- B2B内容营销的类型解析与效果对比
- B2B营销如何持续生产“新内容”
- B2B内容营销实战：打造客户想看的产品手册
- B2B内容营销实战：打动客户的产品推广视频



Part 02

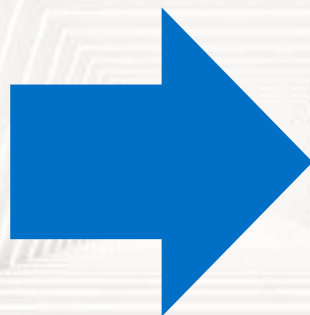
B2B内容营销的类型解析与效果对比



内容营销一直是B2B企业的重要集客手段

集客营销 (Inbound Marketing)

- 社交媒体品牌专区
- 自然搜索排名
- 品牌信息全网预埋
- 公众号、小程序、视频号订阅
- 成功标杆故事与案剖析
- 产品宣传册/白皮书
- 来自合作伙伴或是用户的展示链接
- 用户选择的邮件与新闻信息
- 论坛+讨论区+问答社区
- 用户个人介绍+评论+体验证言
- ...



推播营销 (Outbound Marketing)

- 付费搜索广告
- 展示型广告
- 内容文本相关展示广告
- 邮件名单收集
- 网站赞助与频道合作
- 电视广告/视频广告
- 社交网站广告
- 地理位置定向投放
- 网络联盟营销
- 信息流广告
- ...





内容营销如何帮助B2B企业找到客户？





从5个角度思考并规划公司的内容营销策略





从5个角度思考并规划公司的内容营销策略



① 企业客户类型 (增量客户 vs. 存量客户)

② 用户角色模型 (角色认定 vs. 标签体系判断)



从5个角度思考并规划公司的内容营销策略



① 内容形式

② 内容产品类型 (基础型 vs. 推广型 vs. 案例型)

③ 着手准备的内容产品



从5个角度思考并规划公司的内容营销策略

目标

用户
细分

内容
类型

场景

用户
行为

① 数字化广告投放

② 社交媒体发布 (微站化、信息流...)

③ SEM/SEO

④ SCRM (内容发布、主题活动、客户服务、积分管理...)

⑤ 数字化会议与课程 (线上 vs. 线下)