

内容营销理论与实战

|  |  |
| --- | --- |
| 学 号： |  |
| 姓 名： |  |
| 平台昵称： |  |
| 评 分： |  |

二〇一 年 月 日

版权声明

任何收存和接触本作业各种版本的学员，未经本作业文作者同意，不得将本作业转借他人，亦不得随意复制、抄录、拍照或以任何方式传播。否则，引起有碍作者著作权之问题，将可能承担法律责任。

# 选择推广的项目

1. 产品名称：
2. 产品的一句话简介：
3. 产品目标用户：
4. 产品解决的痛点问题：
5. 产品的解决方案：

# 确定目标

请根据SMART原则，确定营销目标。

# 内容选题

用户在从了产品到最后的购买使用产品的过程中，都会询问哪一些问题呢？请结合数据监测和用户调研的结果，为每个不同的阶段提出至少3个问题。

1. 问题感知阶段
   1. 问题1:
   2. 问题2:
   3. 问题3:
2. 信息搜索阶段
   1. 问题4:
   2. 问题5:
   3. 问题6:
3. 产品评估阶段
   1. 问题7:
   2. 问题8:
   3. 问题9:
4. 产品购买阶段
   1. 问题10:
   2. 问题11:
   3. 问题12:
5. 购买后评估阶段
   1. 问题13:
   2. 问题14:
   3. 问题15:

# 内容规划

请结合411法则和用户购买路径的内容，从15个问题中挑选出6个问题，作为内容选题的来源，并制定季度的内容规划表。

| **购买路径所处阶段** | **问题内容** | **对应的内容标题** | **创作形式** | **创作类型** | **文章关键词** | **发布日期** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 问题感知阶段 |  |  |  |  |  |  |
| 问题感知阶段 |  |  |  |  |  |  |
| 信息搜索阶段 |  |  |  |  |  |  |
| 信息搜索阶段 |  |  |  |  |  |  |
| 产品购买阶段 |  |  |  |  |  |  |
| 购买后评估阶段 |  |  |  |  |  |  |

# 内容营销创作

请从以上选题中任选一篇，撰写一篇类型明确、结构清晰的原创文章，并将其填写到输入框中。

1. 文章标题：
2. 文章正文内容：
3. 文章共 字（需要填写具体字数）
4. 文章封面图：

# UTM监测

当你把准备把文章投放出去的时候，你需要为文章中的链接生成UTM（了解[如何获取专属的UTM链接](https://www.bpteach.com/knowledge-base/1081060/)），只有这样当用户点击的时候，你才能监测到效果，接下来你需要生成UTM链接。

1. 文章投放渠道：请使用至少3条带不同source的UTM链接：

例如：<http://mkg201demo.bpteach.com/?utm_source=zhihu.com&utm_medium=referral&utm_campaign=24-CNM12345678&utm_term=7days-grow-up&utm_content=textlink>

a.

b.

c.

1. 测试UTM链接的有效性：分别点击上述生成的链接，等待1小时（让统计工具获取数据）。接着，进入统计工具后台，将监测截图（筛选出属于你的campaign的截图）的截图放在下方。

* 如果你选择的是课程指定项目，请[点击进入百度数据监测页面](https://tongji.baidu.com/web/welcome/ico?s=ce4b96a9417116bb708fc95f702c52bf)，根据[《如何正确截取监测截图》](https://www.bpteach.com/knowledge-base/1075590/)攻略，在百度数据监测页面中筛选出你的campaign数据，并将截图粘贴在此处：
* 如果你选择的是自定义项目，请将含有你的campaign监测截图粘贴在此处：