

竞品分析

题目：怎么看微信的公众号和百度的直达号，哪个更有优势？

1. 思路

1. 确定分析维度，如目标用户、产品定位、使用场景、入口引流、产品推广、开放程度、产品体验、企业资源等
2. 就重点维度展开分析，勿大而全
3. 结合行业趋势综合分析得出结论

	微信公众号	百度直达号
目标用户	为组织 / 个人提供简易线上平台搭建，方便他们为广大个人用户提供服务	与服务号相似，但是开通直达号的只能是企业
产品定位	公众号更多的是做自媒体，让广大个人和企业变现自己的影响力，部分自主开发与运营能力较强的商家也可以利用公众号进行电商、O2O	针对商家线上服务，电商和 O2O 服务更加全面便捷
使用场景	偶尔会因为公众号的图文推送功能而去使用。特别是服务号，一旦有消息推送，能立马把该号置顶在微信对话列表，能经常提醒用户，从而获得更高的使用率	需养成使用习惯
入口引流	微信的入口更大，无论从使用频率上、停留时长上，还是可传播性上	用户用百度搜索的时候，通常是目标明确的，和商家发生联系的场景更加容易形成，在微信中更多的是社交需求
产品推广	微信公众号起步更早，已经有非常多的企业和个人入驻微信公众号，即使很多号是被收藏在订阅号里，但是长期能被显示于微信好友列表的顶部。朋友圈的动态也为各种公众号的推广起到大作用	2B 方面，百度需要吸引更多商家来入驻，但是入驻流程比较复杂，需要优质的地推和客服团队才能让商家愿意大量长期驻留。2C 方面，培养用户的这个使用习惯任重道远，而且节奏不好把握，如果 2C 推广太猛，商家还没有到位，大量用户试用后发现无法直达某个目标商家，就会放弃这种模式，所以两端要步调匹配
开放程度	即使是个人也能轻松申请微信公众号，容易抢注某些官方公众号称呼，不过可以通过认证来防止混淆	需要较多资质，而且需要绑定某个直达词，彻底消除了鱼目混珠的情况
功能细节	二者都能提供社交、电商、地理服务等功能，微信还有微社区。不过，要拥有直达号那样丰富的功能，需要公众号拥有者进行成本较高的微信开发	百度直达号后台的订单系统比较成熟，直接能调用。目前直达号虽然也可以推送消息，但是需要先收藏商家，总之在推送消息上，远远不及微信公众号

2. 详细解答

微信的公众号分为“订阅号”及“服务号”两类。服务号的功能更强大。百度直达号基于移动搜索，致力缩短用户与服务的路径，类似于微信的“服务号”。

明确产品范围：所以，这里对于公众号及直达号的讨论，请面试官允许我缩小一下讨论范围，即讨论微信“服务号”与直达号的异同。

下面，我将从两个维度来谈一谈对这两款产品的看法。

2.1 用户使用场景

服务号：

服务号是建立在微信强社交优势下的企业—用户连接器。微信鼓励服务号结合用户的使用场景、社交属性来构建产品的营销体系，企业需要建立产品+粉丝+传播链的完整闭环，构建社会化传播及用户维护体系。用户接触、使用服务号服务的场景变成了社交的伴随态，通过打开朋友圈图文链接、朋友转发链接、微信内全局搜索等方式使用。

直达号：

直达号的使用场景是基于搜索逻辑，依赖用户对于百度搜索的使用黏性，用户通过移动搜索、@账号、地图、个性化推荐等方式享受服务。相对于服务号而言，直达号是零社交而重工具，直接连接的是用户实时需求。

2.2 商业价值

服务号

基于用户，用户关系维护及长线营销价值大，对企业而言可以获得更多的用户数据

直达号

基于流量，用户完成搜索行为后成交概率大，然而用户习惯培养是核心难题。

基于场景和商业价值的分析，我认为公众号的优势更大。