

康洲数智营销通产品介绍







目录

CONTENTS





- 03 选择: 营销通助力中小企业实现营销数智化转型



01

内卷:流量、渠道、内容——营销增长乏力

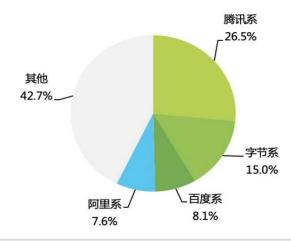




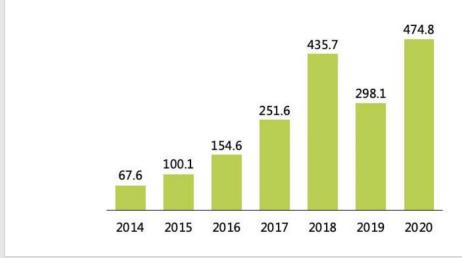
流量竞争下半场的困境

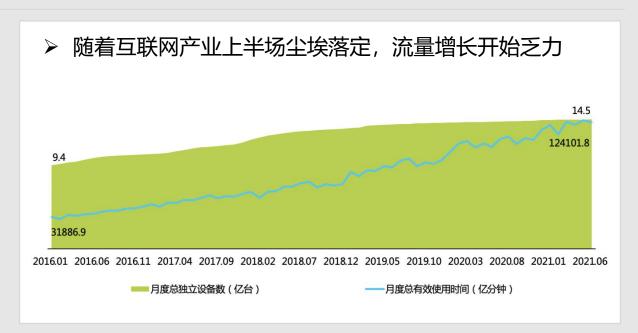


线上流量入口被巨头占据,中小企业处在被巨头支配的 被动局面



> 由于互联网增量空间收窄,流量获取成本越来越高





▶ 行业内卷,流量经营效果低下,用户越来越"挑剔"



渠道分散,数据独立,运营尽显疲态



用户分散

• 互联网细分垂直领域五花八门, 用户分散在复杂的网状结构中;

用户数据不一致

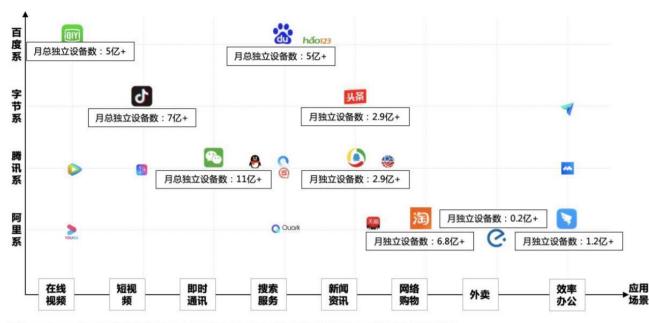
• 部分平台能互通,但用户数据不一致,难以有效利用;

数据分散

• 不同互联网平台之间数据不互通;

管理难度大

• 运营活动需要在不同平台之间同时管理,无形中增加了运营管理成本



注释:Usertracker多平台网民行为监测数据库;占比是指2021年4月某产品的月独立设备数占2021年4月总月独立设备数的比重来源:艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

根据《2021年营销自动化趋势报告》指出:

手动处理数据、数据分散未打通是阻碍营销分析的首要原因

内容门槛变高,用户渴望有价值的内容







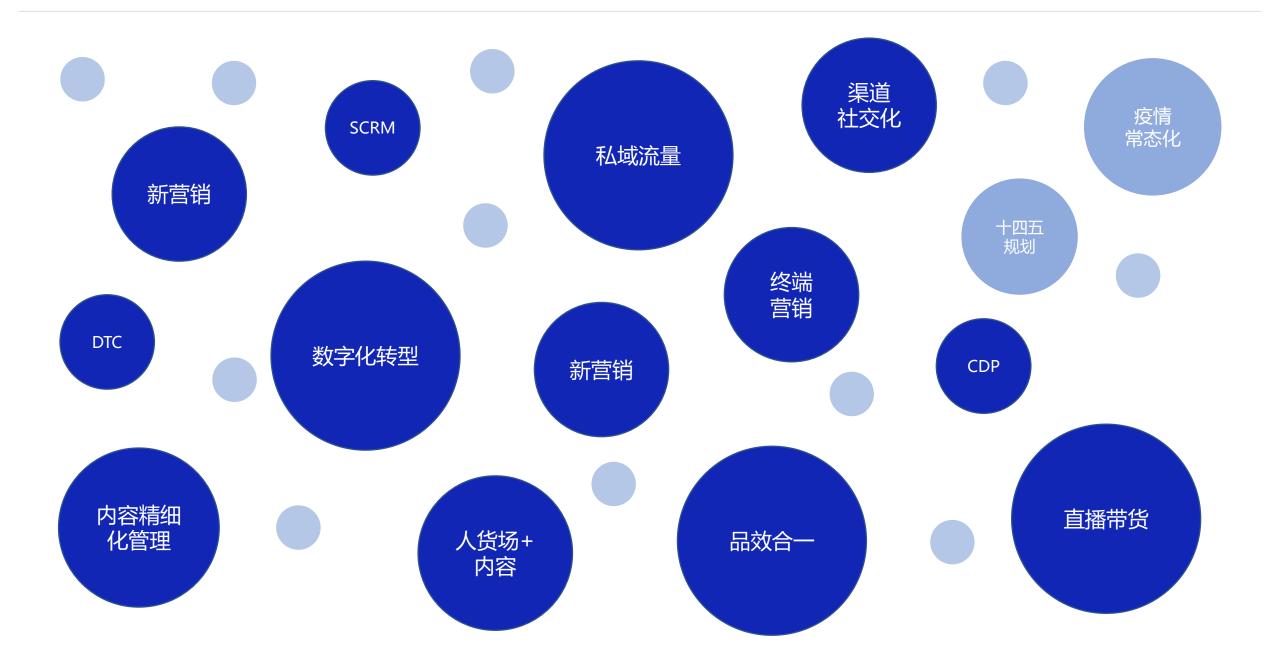




- □ 审美疲劳: 越来越多的用户开始对短视频、朋友圈广告等套路开始感到审美疲劳,甚至反感;
- □ 监管审核变严: 当下监管机制变严,加之国内外各种局势复杂,关于营销内容的审核愈加严格,一着失措,甚至会为企业带来公关危机;
- □ 忽略客户真实需求: 很多时候,企业创造内容只考虑我想向用户传达什么,而忽略了用户真正需要什么,导致内容没有意义而被消费者忽略;

营销出路在哪里?







02

出路: 数智赋能营销成为新时代的最佳解决方案





数字化转型的形式与政策



2020年4月,习近平指出:要抓住产业数字化,数字产业化赋予的机遇!

国内形式与政策

- ■■ 2020年4月,国务院公布关于市场化要素的配置文件,将 **数据** 列为5五 大生产要素之一;
- ■■ 2020年5也,发改委联合工信部、行业龙头企业、金融机构、高校、科研院所等众多参与方发布"**数字化转型伙伴行动**"倡议。推行新机制,形成"数字引领、抗击疫情、携手创新、普惠共赢"的 **数字化生态共同体**,支撑经济高质量发展;
- ■■ 2021年3月,国务院发布2020年国有企业数字化转型典型案例共100例, 以供学习借鉴,**深入推动数字化转型工作**;

- ■■ "十四五"规划提出"**上云用数赋智**",大力推进产业数字化转型; 中国信通院发布《中国数字经济发展白皮书(2021)》提出:**数字经济** 成为构建新发展格局的关键支撑;
- ■■ 受疫情影响,用户行为线上化在各行各业的用户数量和使用需求都得到了爆发式增长,以远程办公为例,2018年渗透率不足1%,疫情之下,超3亿人选择远程办公,极大缩短了用户端对于企业数字化转型的适应周期;
- ■■ 疫情带来的危机感与新的市场环境变化强迫企业端开始了解并实践数字 化转型。

国际形式

- ■■ 随着中美贸易战持续进行,美国对于中国技术限制逐渐增多,"**国产替代**"趋势已经逐渐明晰。
- ■■ 中国企业逐渐开始**研发和使用本土化定制开发的产品和解决方案代替原有企业套装软件服务**,这也为本土服务商推进数字化转型服务提供了发展机遇。

数字化转型的技术与市场



39.2元亿

38.6%

9.7%

超50%

2020年数字经济 规模 2020全国数字经济 占GDP比重 数字经济 增长率

北京、上海数字经济 GDP占比

- ■■ 2020年我国数字经济依然保持蓬勃发展态势,规模达到39.2万亿元,较2019年增加3.3万亿元,占GDP比重为38.6%,同比提升2.4个百分点,有效支撑疫情防控 和经济社会发展;
- ■■ 2020年,在疫情冲击和全求经济下行叠加影响下,我国数字经济依然保持9.7%的高位增长,是同期GDP名义增速的3.2倍多,成为稳定经济增长的关键动力;
- ■■ 2020年,我国数字产业化规模达到7.5万亿元,占数字经济比重19.1%;产业数字化规模达31.7万亿,占数字经济比重达80.9%;
- ■■ 2020年,疫情倒逼产业数字化转型,农业、工业、服务业数字经济渗透率分别为:8.9%、21.0%、40.7%,同比分别增长:0.7、1.6、2.9个百分点,产业数字 化转型为数字经济发展提供广阔空间。



5G 人工智能 大数据 云服务 云服务 物联网





数字化

采数据、管数据

数据挖掘、知识图谱、图像识别

升级

语义识别、数据可视化分析、人工智能



应用场景

数据深挖,业务支撑

- ■■ 业务层面,通过历史业务数据训练AI模型,进而总结出规律,预测数据的变化趋势,以此支撑业务决策;
- ■■ 管理层面,通过可视化分析,帮助管理者直观了解经营状况,发现风险因子,及时调整管理方向和经营战略,实现科学精确的管理。

业务流程自动化

■■ 出于业务和管理的需求,需要大量的流程规范来组织协调工作,人越多越复杂;通过AI程序,可实现部分流程的自动化流转,提高效率,降低管理难度和节约成本,实现降本增效

AI取代部分人工

■■ 企业服务中有很多重复性、低价值的工作,例如 类似客服问题的回复、大量的营销海报制作等, 这类工作可以通过AI技术交给程序来自动完成, 在提高响应效率的同时又能节省很多不必要的人 力成本,而且AI可以24h工作;



数智化营销

数据作为新型的重要生产要素,对 企业的价值不言而喻,尤其对于数 智化的营销来说,数据的价值体现 在以下几点:

> 获得知识与洞察

用数据可以完成对事物的精准刻画,帮助人们全面了解事物的本真面目;

▶ 帮助正确决策

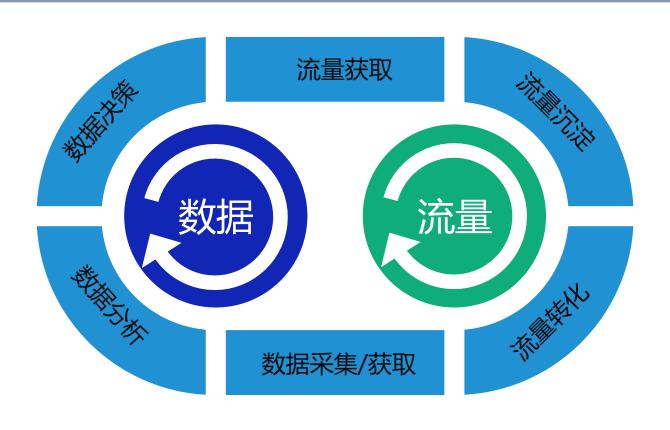
数据的作用在于能让人们发现问题, 并形成正确的判断与决策;

▶ 抢占商机

在瞬息万变的市场竞争中,商机稍 纵即逝,数据可以快速的判断出商 机,帮助人们快速的形成决策,缩 短人们做决策的时间耗损,降低决 策成本,提高决策效率;

> 提前预警, 减少犯错

通过统计与分析,数据能预测即将 发生什么,发生的概率是多大,告 诉人们不能做什么;



尽管流量的入口被巨头占据,中小 微企业的机会变小,但流量仍然是 占领数字时代市场的最关键要素之 一:

> 下沉市场仍有挖掘空间

下沉市场被认为是流量增长的重要来源地,因为三四线城市人群时间充裕、线下社交娱乐丰富,他们多是短视频产品的忠实受众,也是现金贷和消费分期的重要客群。

> 与大厂合作获取流量是必然选项

对中小互联网企业而言,流量就是 "新鲜的血液",是增加营收的动力源, 因此中小企业与大厂的生态合作是 一种必然趋势。

)创建属于企业自己的私域流量池 是保持竞争力的关键

私域流量的实质是企业对赢利水平的增长焦虑,代表着企业开始从流量思维到用户思维的转变, 对私域流量进行精细化营销成为流量竞争白热化中的新出路。



03

选择: 营销通 助力中小企业实现营销数智化转型





营销通, 数智化营销赋能企业成功!

营销通,是药智网旗下康洲数智科技(重庆)有限公司全新打造的面向各个垂直行业的**数智化营销SaaS集成平台**。营销通致力于产业数智化转型,为中小企业打造营销业务新型基建设施,通过大数据、人工智能、云计算、5G等技术赋能行业实现**数智化全链营销**。

营销通提供:数据采集、挖掘、分析服务;包含广告投放、线上商城、裂变分销、SCRM等数十种独立服务在内的营销全链数智化平台服务,帮助客户实现**从流量到数据资产的沉淀,从数据资产到私域流量的转化**,进而实现业绩增长与销售提升。除了软件层面的工具服务,我们也提供专业的**营销内容精细化与定制化服务**,可以帮助广大中小企业解决营销团队建设困难,营销效果低下等问题。

全渠道获客,建立企业的私域流量数据资产

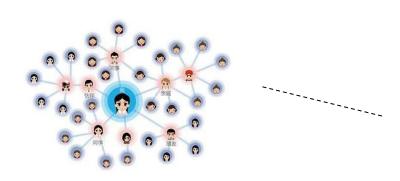
数智化营销,企业的新型数字化营销团队

大数据+AI技术助力营销,企业数智化转型必备"基建设施"

5下沉淀数据资产,向上赋能流量运营



一站式数智化营销服务平台



裂变营销



私域SCRM

所有营销需求, 一个平台就能满足



广告投放、信息推送



数据分析



营销内容制作



精准客户数据采集

用户使用流程





1、注册/登录营销通

通过yxtong官网或移动端登录营销通后台



2、客户或市场数据采集

DMP:精准意向客户数据采集

市场数据采集

自定义数据采集



3、营销内容制作(软文、海报、视频)

CMS内容管理系统

自行上传

专属定制

素材中心一键使用



生态循环







6、数据与资源集中管理和分析

SCRM系统:与客户及时沟通

工作号外呼

智能客服

CDP实时数据分析

线上商城



5、裂变与分享,扩大营销规模

会员管理及裂变系统

资讯平台持续曝光

用户分享赚取积分

线上直播增加流量



4、广告投放与信息推送

互联网广告系统

短信推送

邮件推送

APP机器人矩阵推送

公众号推送

用户推广





我们新出了一款眼科保健药,具有廉价、效果显著、疗程短的特点,我们希望了解用户对新药的接受程度, 然后**快速推广**到市场,刺激消费者在我们的**平台直购**。

关键需求:

接受程度

平台直购

需求转化:

- 眼科保健药的相关数据前期采集
- 投放效果数据的采集与分析
- CDP数据实时处理

解决方案:

- 1. 通过数据采集系统进行前期的竞品市场数据 采集并分析,了解市场现状;
- 2. 根据推广和投放的实采数据,实时分析用户 的点击行为和留资线索,快速掌握客户的意 向程度和采购行为;
- 3. 通过CDP数据平台讲行数据整合,全面掌握 新产品的各项市场数据,及时调整市场和投 放策略;

优质的推广方案设计

- 强大的终端触达能力
- 具有裂变性质的推广

1. 通过与三大运营商合作采集前期意向客户数 据,直接与客户联系;

快速推广

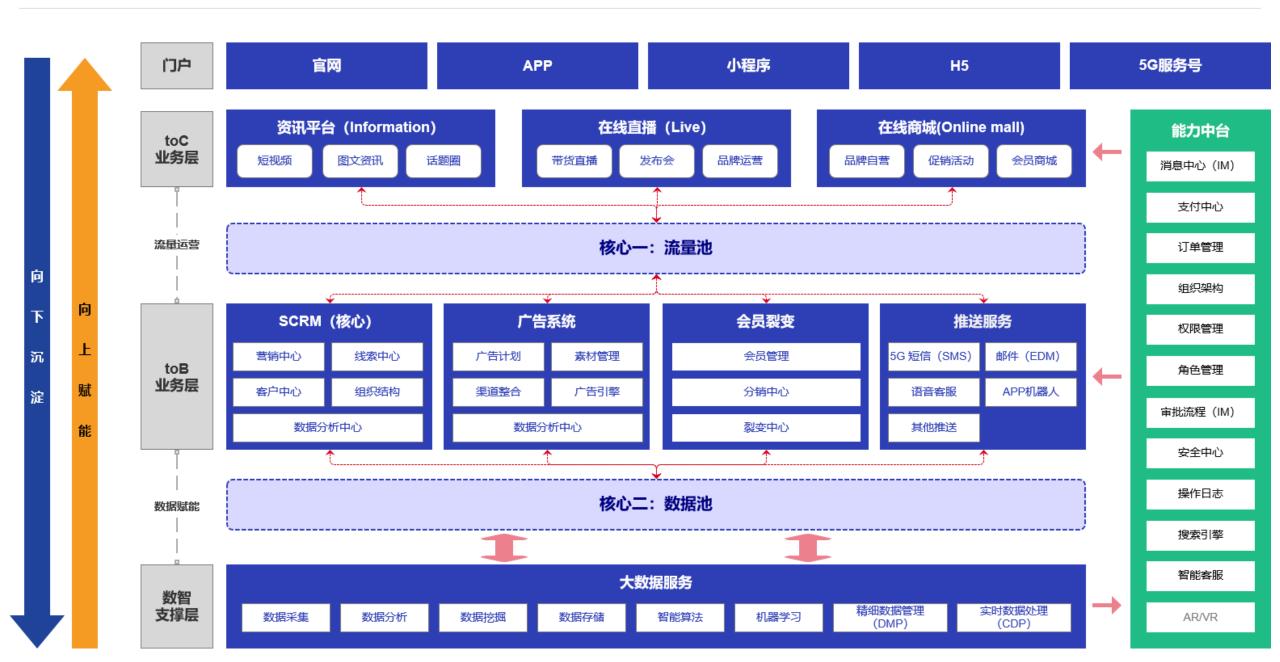
- 2. 专业营销团队为客户制定推广方案;
- 3. 利用APP机器人矩阵系统、广告系统等具有 强大渠道能力的系统对推广要素(H5宣传页、 产品介绍软文、图文硬广等) 进行全渠道投 放:
- 4. 通过裂变系统对投放深度进行裂变,扩大影 响力,达到广覆盖、高热度的效果

- 企业官网建设
- 线上商城建设
- 网络分销渠道建设
- 1. 通过建设企业官网、企业名片,对产品信息 和品牌背景等信息进行全面介绍;
- 2. 在官网和移动端建立企业线上商城,用户直 接线上下单,便捷采购;
- 3. 借助分销系统,企业可以联系意向经销商对 产品进行代理,也可以直接让感兴趣的个人 参与兼职销售,多方位扩大销量;

统一使用SCRM系统管理线索、客户、渠道、人员信息,数据集中处理

以流量和数据为核心的产品架构





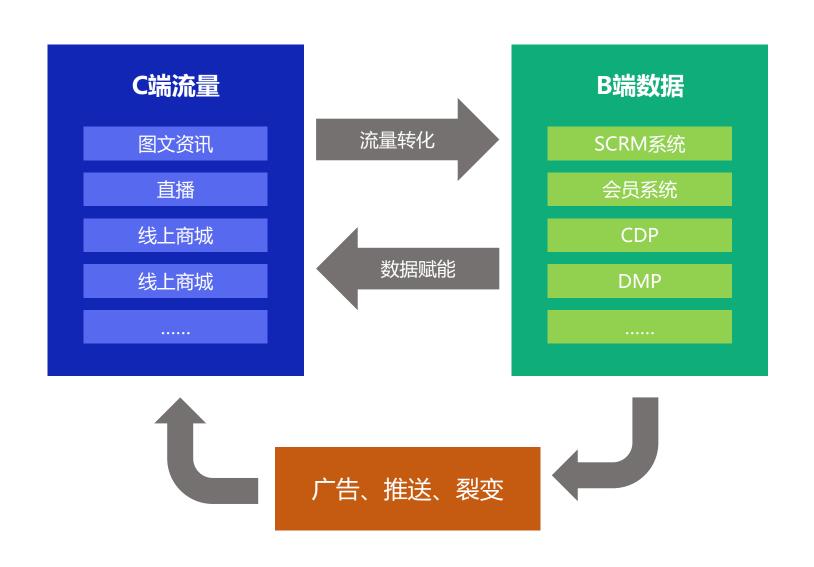
C端与B端同时发力,互相促进创建数智化营销生态



在我们的业务模式中,**C端的核心是流量**,一切C端业务都是为流量而服务的; **B端的核心 是数据**,B端的业务将以数据为主展开。我们建立了具有整合特性的广告系统、推送系统、裂变系统来链接我们的数据与流量。

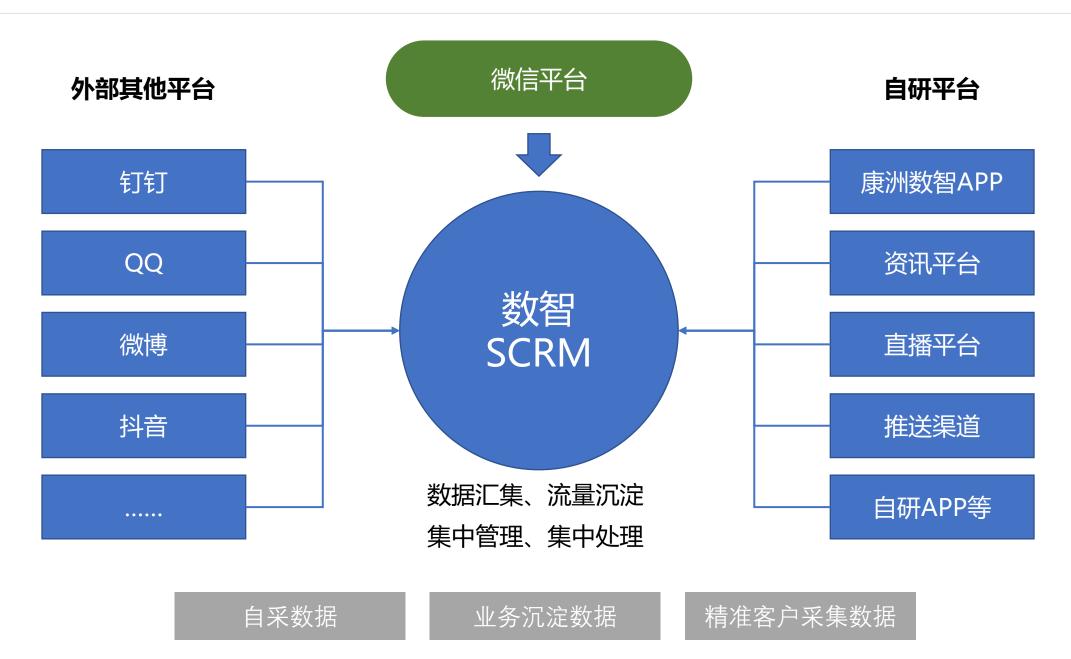
我们推荐客户选择我们整个C端+B端闭环的产品生态,借助对营销业务全链的管理来服务于企业,这不但有助于企业整合营销资源,归中各方数据,也能节省不必要的营销投入,达到营销一站式服务的目的。

当然我们在考虑到了各个业务模块的彼此协作性的同时,也考虑到了各自的独立应用场景,所以我们也具有B端或C端某一项独立业务模块单独面向客户服务的能力,例如单独为客户提供广告服务或者信息的渠道推送服务等。



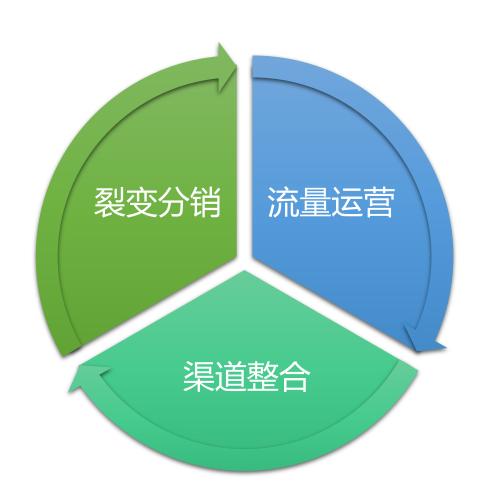
从软件层面看, SCRM系统是绝对的中枢





优势1: 构建数智营销生态





营销通通过流量运营、渠道整合、裂变分销三个重点互相协同,打造营销领域的SaaS集成化生态平台,实现营销的全链路数智化生态服务。

- 流量运营:全终端覆盖的多样化流量运营体系,围绕"公域挖掘, 私域沉淀"的核心,帮助企业在互联网下半场保持流量竞争的优势;
- ▶ 渠道整合:广告投放渠道、信息推广渠道等渠道的全方位整合, 真正解决营销的一站式服务;
- **裂变分销**:我们建立了完善的B+C的分销体系,无论是个人或者组织、企业,都有机会参与到我们的生态中来,作为营销过程中的一个元素协助营销,也可以在此过程中实现身3的利益创收。

优势2:解决中小企业转型数智营销前期获客困难的问题



移动、联通、电信三大运营商官方精准数据,锁定意向客户

针对中小企业在转型数字化营销前期获客困难的难题,我们专门提供了以三大运营商为基础的精准意向客户采集系统,可根据客户行业和地域的需要,专项定制意向客户数据的精准采集,帮助企业在前期获得营销推广的精准客源,打开营销局面!

数据可通过多种维度获取(见右图),且由运营商提供技术支撑,合规合法,不用担心数据安全问题;同时,数据获取后可通过官方提供的外呼平台直接与客户取得联系,及时把握商机,提高转化率!

所有数据可通过SCRM系统进行管理和跟踪,统一后台,降低管理运营成本,助力企业数智化营销转型平稳高效过度!

网址

指定WAP网址链接(DPI数据), 获取访问网址的手机号码

采集意向客户精准率 90%左右

短信验证码 (注册、登录、充值)

竞品APP或者竞网站验证码, 获取手机号

采集意向客户精准率 95%以上

APP

指定APP(SDK数据); 如经常登录安居客, 平安普惠的活跃用户

采集意向客户精准率 70%左右

关键词

搜索指定关键词访问过的手机号

采集意向客户精准率 80%左右

优势3:数智营销通的八大特色



海量规模

借助APP全网机器人矩阵的能力与强大的渠道整合能力,能够满足海量的信息触达场景与投放覆盖

精准营销

以大数据和AI技术作为支撑, 基于实时数据+历史数据的全 面分析,能够形成精准的用户 画像,辅助精准营销

高效触达

我们涵盖了APP消息、5G短信、邮件、服务号消息、智能电话销售等不同的信息触达渠道,助力营销直达客户

适应性广

通过能力中台与微服务的支撑, 营销的各个平行单元能力可以 通过自由组合的方式,结合行 业特点进行定制,行业适应范 围非常广泛

服务全面

我们提供数据采集与分析、营销内容服务、SCRM、以线上直播为主的各种营销推广渠道、广告服务、会员裂变管理、在线商城等数十种营销服务

成本低廉

营销通通过为客户提供全链的营销数智化服务,而只需要低至1人的价格成本。相当于花1位人力成本的价格享受了1个营销团队带来的服务

数据驱动

数据是数智化营销的核心之一, 我们通过广泛的埋点布局结合 其他数据采集与集成服务,对 数据实行统一管理,通过大数 据技术实现数据价值,驱动业 务增长

智能执行

在AI和其他自动化技术加持下, 我们能实现大多数流程的自动 化执行,24h服务,大大提高 了执行效率,同时还节省了人 力成本

营销通完整产品与服务



内容服务	1	商业方案策划	可提供
	2	营销/广告内容制作: 软文	可提供
	3	营销/广告内容制作:图片	可提供
	4	营销/广告内容制作:视频	可提供
	5	营销/广告内容制作: H5	可提供
	6	营销/广告内容制作:其他广告素材	可提供
互联网 广告服务	7	广告策略定制	2022. 4
	8	营销通平台广告投放	可提供
	9	第三方广告平台投放	2022. 4
	10	广告投放渠道整合管理	2022. 4
	11	广告效果追踪与数据分析	2022.4
	12	广告联盟平台	2022. 4
海量信息推送服务	13	(5G) 短信推送	2022. 3
	14	E-mail邮件推送	2022. 7
	15	APP 机器人矩阵推送	可提供
	16	智能语音电呼推送	2022. 9
	17	广告平台推送	2022. 5
	18	公众号推送	2022. 5
	19	站内信推送	2022. 5

互联网 营销 SaaS服务	20	快速建站系统(官网、商城等)	2022.6
	21	SEO: 网站搜索排名优化	2022.6
	22	SEM: 网站竞价排名优化	2022.6
	23	私域SCRM系统	2022.5
	24	会员管理及裂变系统	可提供
	25	线上直播系统	2022.11
	26	信息资讯曝光平台	可提供
	27	智能24H线上客服系统	2022. 9
	28	工作手机号外呼系统	可提供
	29	CMS管理系统	2022. 9
数据服务	30	DMP: 精准意向客户数据采集	2022. 2
	31	DMP: 市场数据采集及分析	可提供
	32	DMP: 自定义数据收集	可提供
	33	CDP: 实时营销推广数据分析	2022. 7
其他服务	34	小程序开发	可提供
	35	微信服务号开发	可提供
	36	APP开发	可提供
	37	软件定制	可提供
	38	经销商分销渠道管理	2022.8
	39	其他营销相关定制服务	可提供

