

# Netconcepts

## Global Digital Marketing 全球数字营销战略趋势



Since 2008

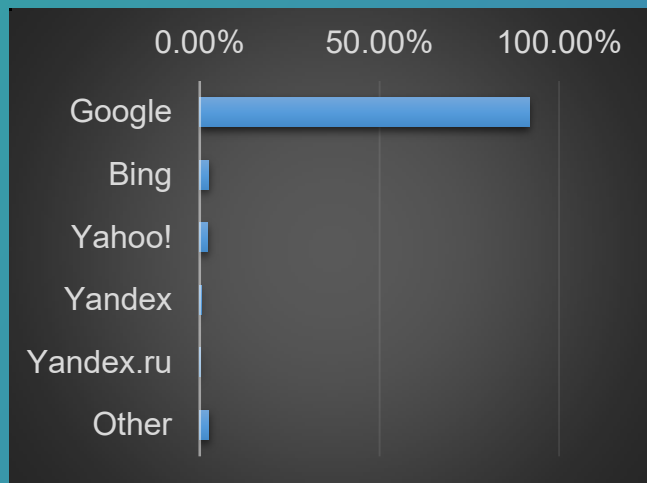
北京 · 上海 · 深圳 · 天津

# 01

## 欧美国家的搜索引擎与社交媒体

### 搜索引擎

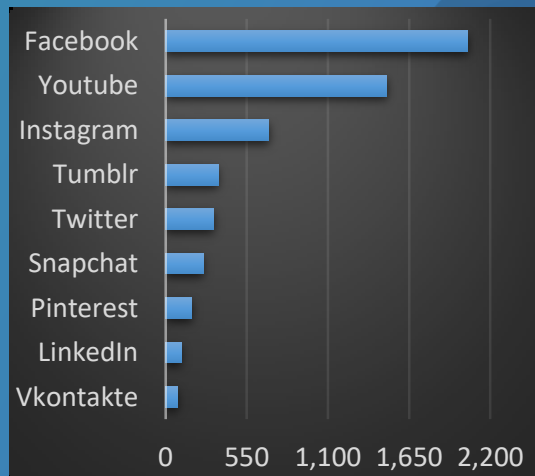
2017年7月全球市 场份额



数据来源：网站流量分析工具StatCounter

### 社交媒体

每月活跃用户人数（百万）



数据来源：在线的统计数据门户Statista

# 02 漏斗式线上渠道

购买周期

品牌意识

考量对比

下单购买

搜索意图

Google Yandex  
YAHOO! YouTube  
bing

facebook twitter 发现

Instagram airpush YouTube Pinterest  
SnapChat LinkedIn GDN  
DoubleClick

推广

Google Yandex

bing

YAHOO!

MailChimp

DoubleClick

AcRolls twitter

facebook

Instagram

LinkedIn

YouTube

Pinterest

GDN

再定位&互动

Google

Yandex

bing

YAHOO!

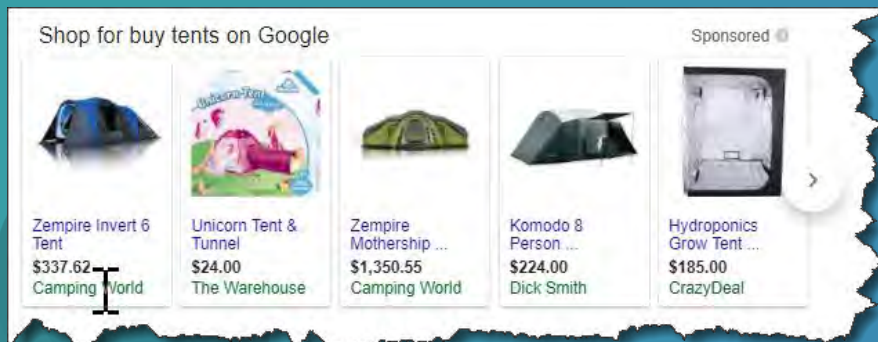
MailChimp

SHAREASALE

转化



# 03 产品目录广告



## • 机遇与挑战并存：

- 随着该领域竞争的加剧，在未来的一到两年间CPC将上升；
- 产品目录广告的设置并非一劳永逸，它和常规搜索广告一样需要持续充分的运营。

- PPC投放市场还在不断增涨，2016 增涨近12%，其中大多数量都由产品目录广告（PLAs）所带来。
- 2016年第4季度购物季，产品目录广告占所有付费广告点击的48%，2017年这个数字有望继续增涨。
- 产品目录广告操作简单、CPC成本低，逐渐受到零售商青睐。

# 04 搜索广告的再营销列表



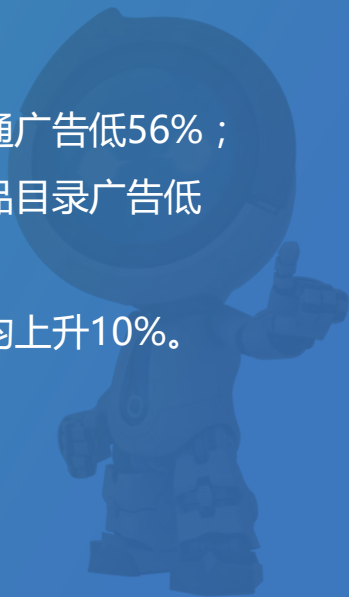
将网站访客计入再营销列表



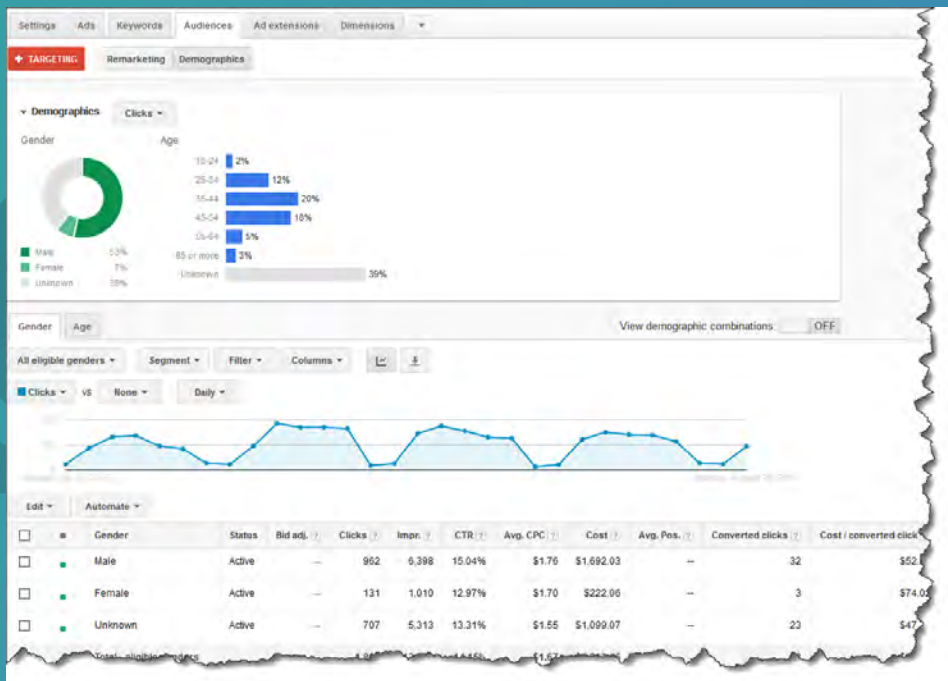
当这些访客后续进行谷歌搜索时，将向他们展示个人定制的广告内容

Rakuten的一项市场研究表明：

- 再营销列表转化的平均CPA比普通广告低56%；
- 再营销列表转化的平均CPA比产品目录广告低35%；
- 使用再营销列表的总体转化率平均上升10%。



# 05 人群定向竞价



不同人群搜索同一关键词的意图不同。

Adwords提供广告组按人群浏览用户表现的功能，据此按年龄和性别等因素调整关键词竞价。

# 06 用户匹配



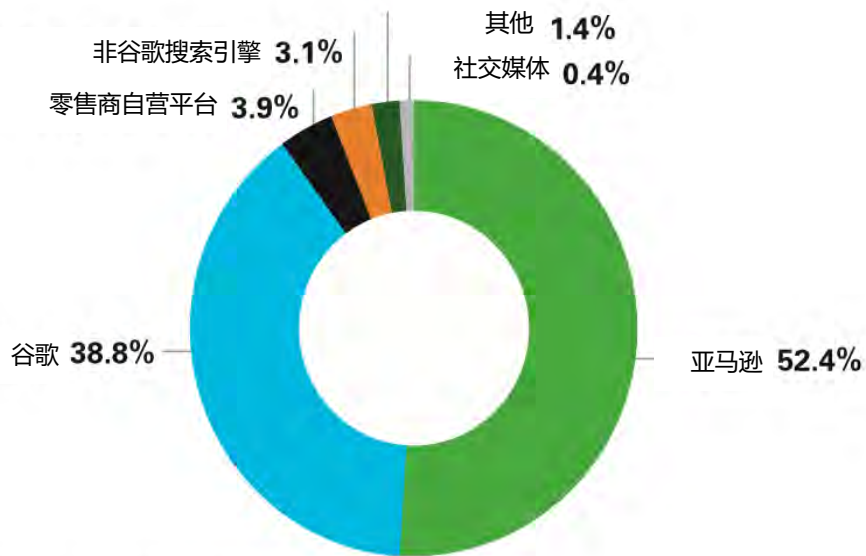
用现有用户邮箱数据制作目标用户列表：

- 定位现有用户
- 排除部分用户
- 定位相似用户群体



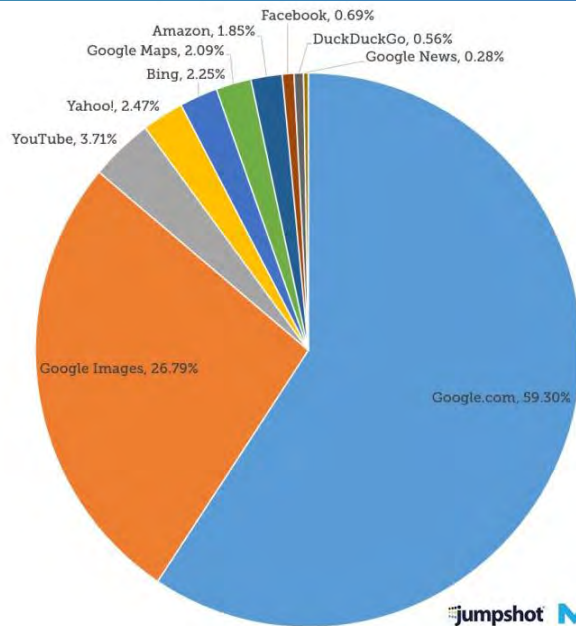
# 07 SEO 数据点

消费者搜索产品的起点平台分布



Source: Internet Retailer consumer survey, December 2016

搜索平台的份额分布



jumpshot MOZ



# 08 移动端的世界

用户每日在不同电子设备上的耗时（美国）



数据来源：电子营销者（eMarketer）

## 谷歌数据表示：

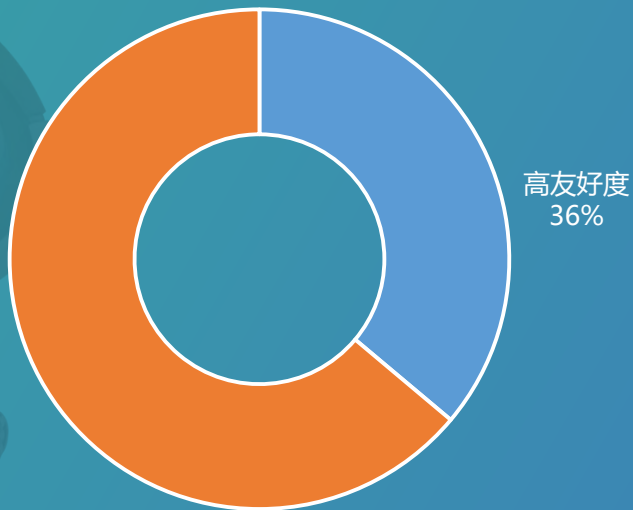
- 34% 的线上零售消费来自移动端
- 61% 的消费者在网购中会切换设备
- 35% 的消费者在下单前会使用手机搜索相关商品信息
- 早在2015年，在移动端使用谷歌搜索就远超在PC端的搜索
- 据此谷歌表明，在2018年初开始将依据网站的移动端来排名

# 9

## 移动端趋势的数据表现

示例网站移动端 搜索引擎友好度

样本数量：7268



我们收集了超过7,000个中国制造业公司的B2B网站，并且使用谷歌的“移动端友好度检查工具”对上述网站进行检查。

结果显示，64%的网站未能通过检查，也就是说，这些网页在谷歌看来，移动端的友好度较低。

此外，还有1%的网站竟被检测出感染病毒，携带恶意程序。

# 10 内容营销和购买周期



## 提出需求

- 搜索问题、需求词



## 信息搜寻

- 通用非品牌类关键词



## 评定选项

- 比较特定产品搜索结果，开始更重视品牌效应



## 决定购买

- 购买信得过的品牌商品



## 售后服务

- 品牌商品售后服务相关搜索

购买周期

# 11

## 国际业务SEO建议

- 建立子目录或国家代码顶级域名，**不要**选择子域名；
- 谨慎部署Hreflang属性标签
- 人工翻译和本地化，**不要**用机器翻译；
- 翻译meta数据以及文本；

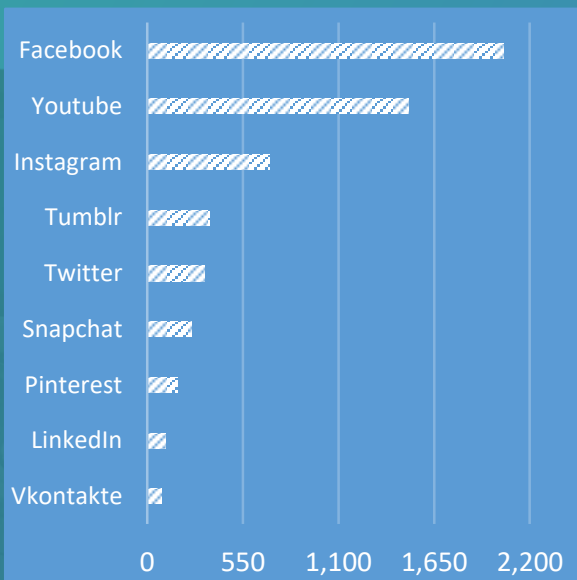
机器翻译通常意味不明，容易被搜索引擎误认为是垃圾内容，所以最好通过robots.txt限制搜索引擎抓取网站的机翻页面。此外，机翻的网站内容质量较差，也会影响网站的认知度。

查看谷歌对翻译的说明: <http://bit.ly/no-machine-translation>

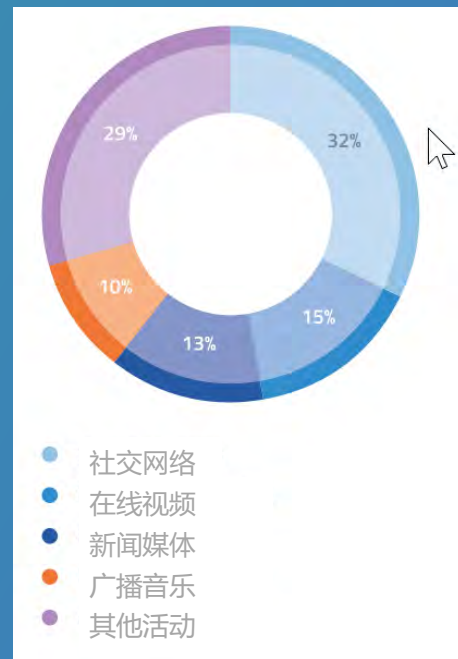


# 12 社交媒体数据点

月度活跃用户（单位：百万）

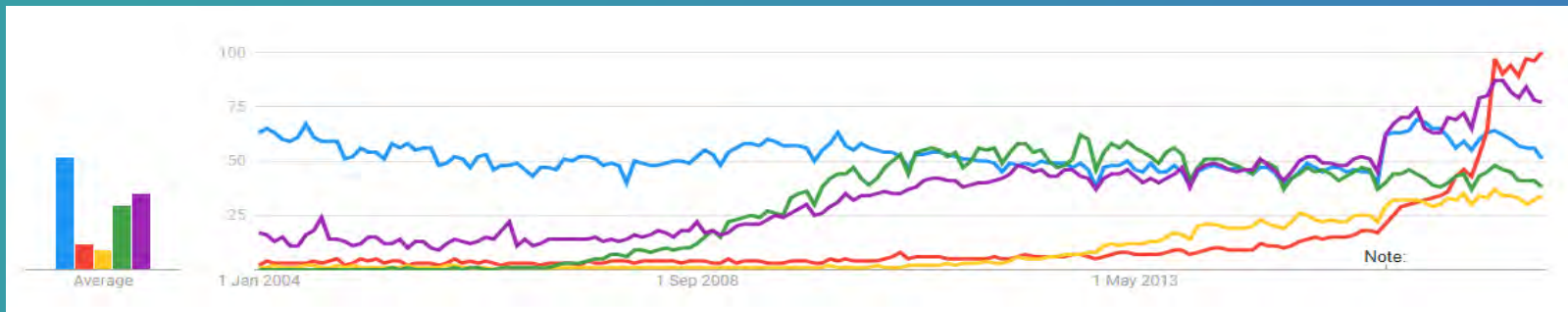


网民线上时间分布



# 13 影响力营销的崛起

影响力营销热度



影响力营销

社交媒体营销

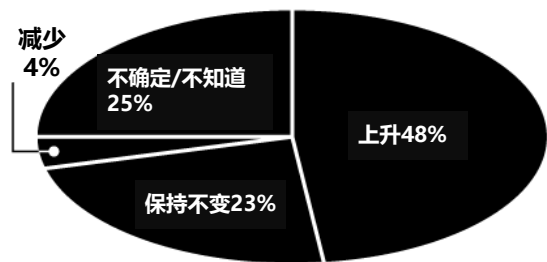
电子邮件营销

Facebook营销

内容营销

来源：谷歌趋势

美国营销者对各公司2017年影响力营销预算的猜想 回应人数占比%

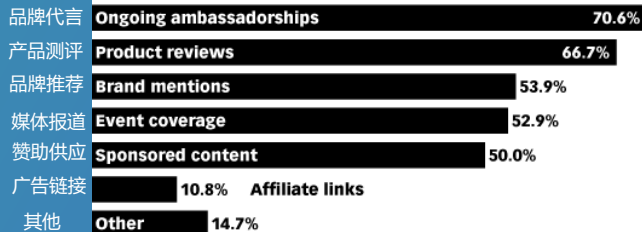


Source: Linqia, "The State of Influencer Marketing 2017," Nov 30, 2016

220614

www.eMarketer.com

美国营销者认为最有效的影响力营销策略 回应人数占比%



Note: \*85% of respondents were US-based  
Source: TapInfluence and Altimeter Group, "The Influencer Marketing Manifesto," July 26, 2016

213796

www.eMarketer.com

# 14 定位影响力人物

找到“对口”的影响力以推动营销，这其实并不难。  
互联网上涌现了一批又一批的影响力搜索网站，诸如：

- <https://intellifluence.com/>
- <http://www.influicity.com/>
- <https://www.tribegroup.co/>
- <https://influential.co/>
- <https://www.brandsnob.co/>
- <https://famebit.com/>
- <https://www.tapinfluence.com/>
- 等.....



影响力人物

29,552 followers  
 258,610 subscribers  
 2029 connections  
 181,356 followers  
 30 URL score  
 4 followers



影响力人物

5,544,442 followers  
 1,692,299 followers  
 2,285,905 subscribers  
 3285 connections  
 3,841,412 followers



# 15 简讯应用与聊天机器人

在某种程度上通讯软件比社交网络更重要



即时通讯四巨头： WhatsApp, Messenger, Wechat, Viber  
社交网络四巨头： Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn  
数据来源： Business Insider

西方的即时通讯软件也紧随亚洲软件开发者的脚步，力图将通讯软件打造成商业平台。

其中，Facebook尤其积极地完善自身，联动一系列的即时通讯软件，例如：

- 商家可以向Messenger推送手机广告；
- 用户可以在Messenger中查看移动站；
- 用户也可以在Messenger内挑选商品，下单购买；
- 商家也可以搭建起优质的聊天机器人，满足用户沟通需求。



# THANKS



**Charles Coxhead**

Group CEO – Cross Border  
Digital

[charles@crossborderdigital.cn](mailto:charles@crossborderdigital.cn)

<https://crossborderdigital.cn>

net concepts<sup>®</sup>  
get found

北京 · 上海 · 深圳 · 天津