

腾讯云慧销

如何运用Martech让有限预算创造出更多有效线索

演讲者 王帅



消费者的消费变化趋势

全渠道

Online/Offline

线上/线下倾向性不明显
货比三家/节约时间

社交媒体

购物社交化

社会认同感压力/朋友推荐

生命周期

体验至上

全流程消费体验

价值回归

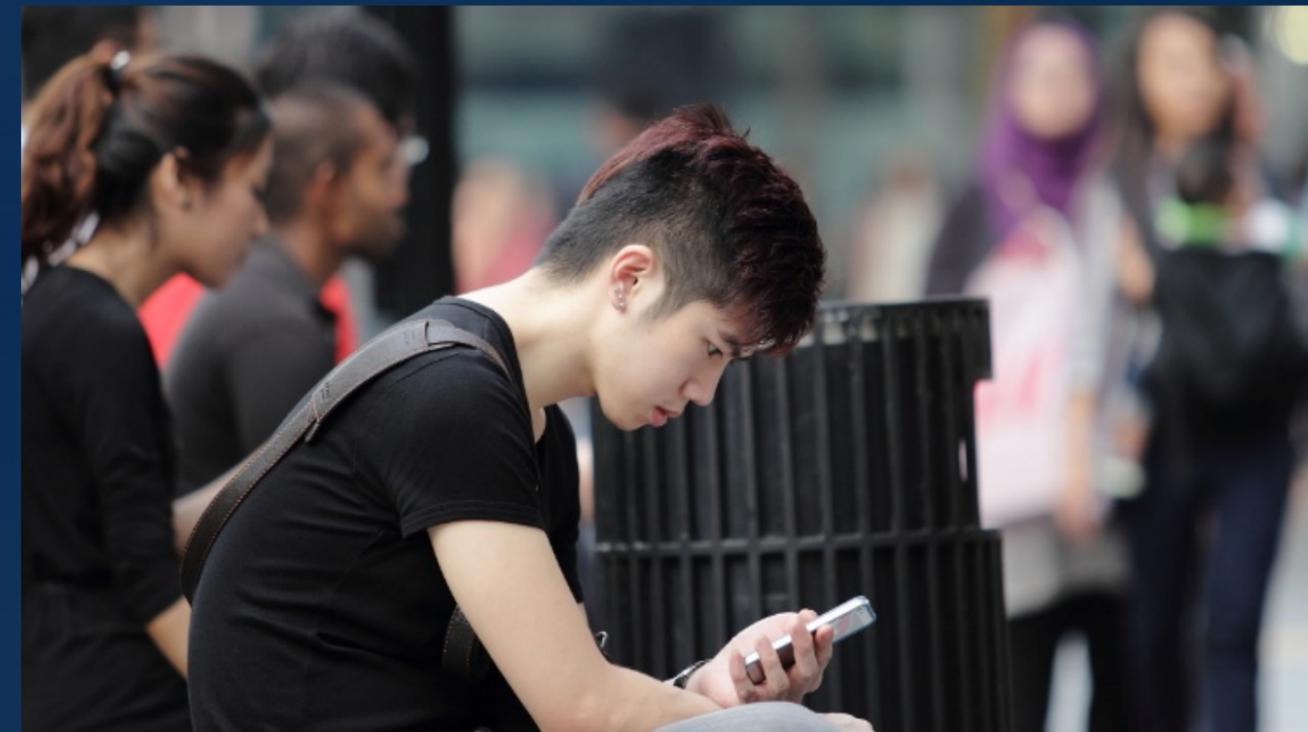
价值经济

一二线城市消费「降级」
三四线城市消费「升级」

消费者的消费变化趋势

6.2亿
2015

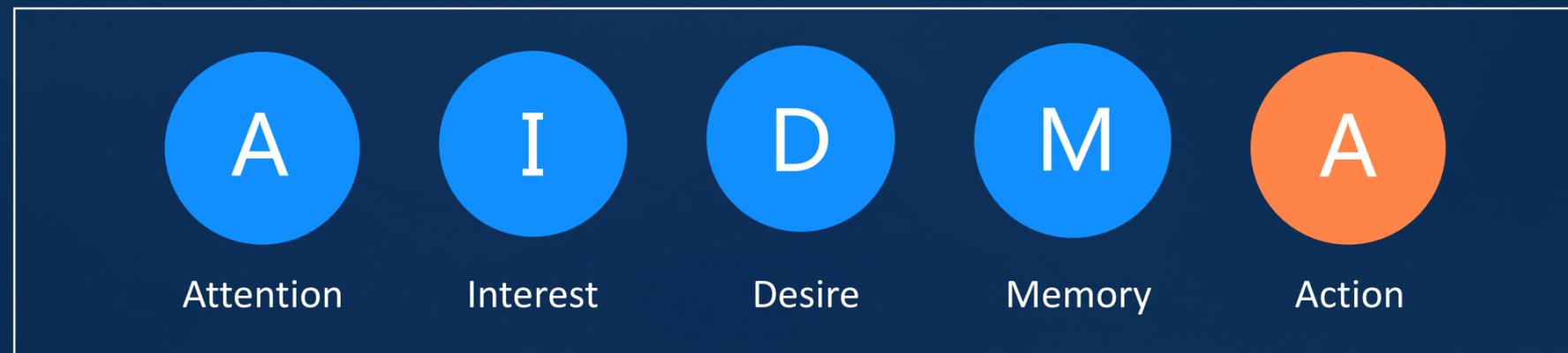
9.32亿
2020



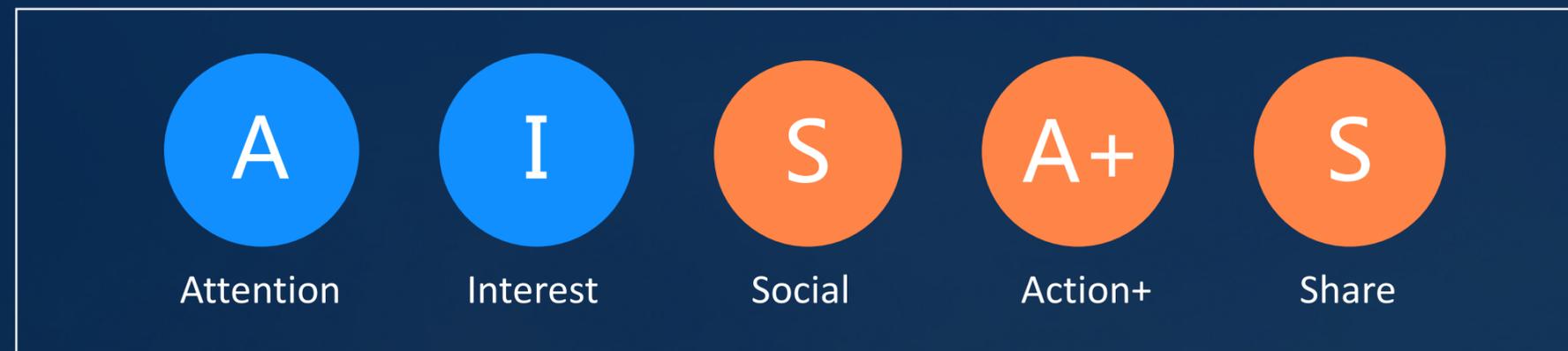
数据来源：CNNIC中国互联网发展状况统计报告；CNNIC中国网民社交行为报告2015

客户购买模型的变化

过去的模型
AIDMA



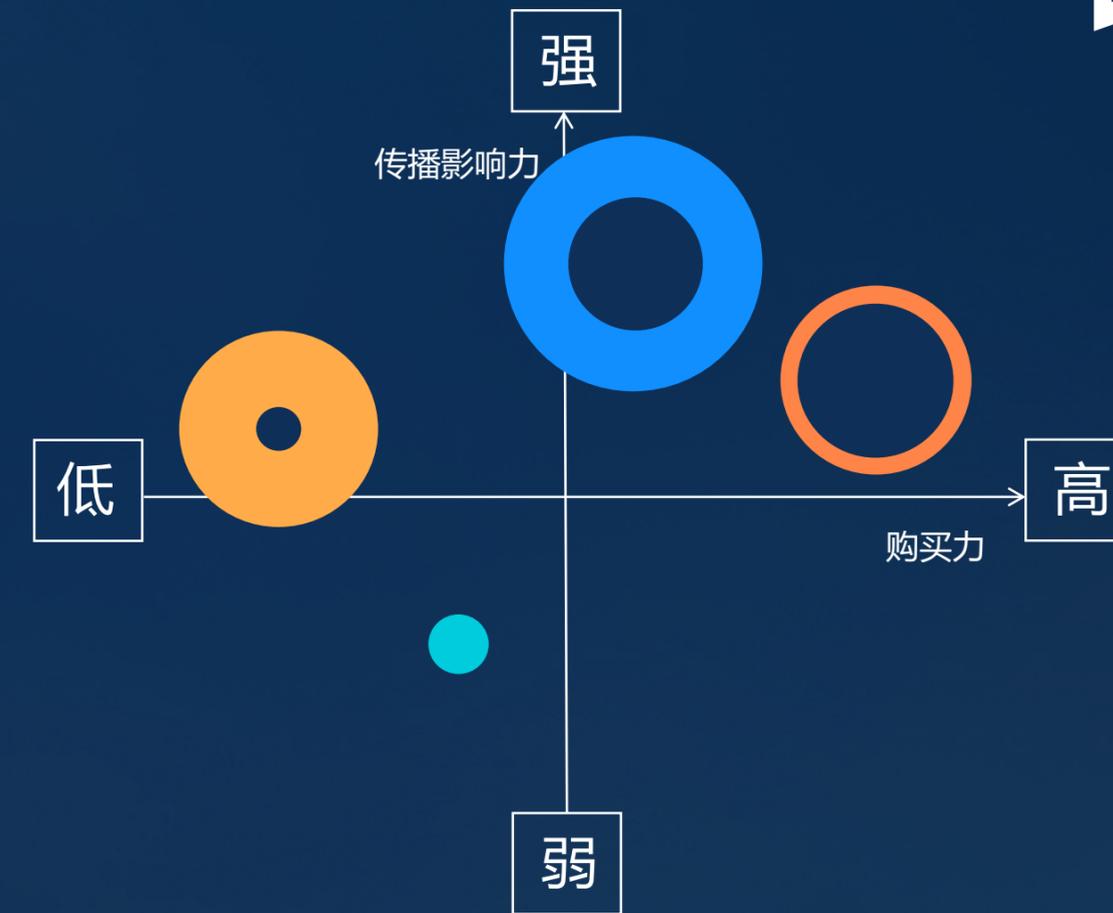
社媒时代的模型
AISA+S



用户购买路径的改变



客户的价值评定从一元变成二元



营销的三个主要场景覆盖



! 线下会议营销是复杂决策行业有效交易撮合方式

1000万会议
(60%企业会议)

5亿人次
(300人会议~20%)

线下会议营销的普遍需求

会议组织流程
管理

1

现场体验满
意度提升

2

全流程数据整合
和效果跟踪

3

会议管理体系与流程

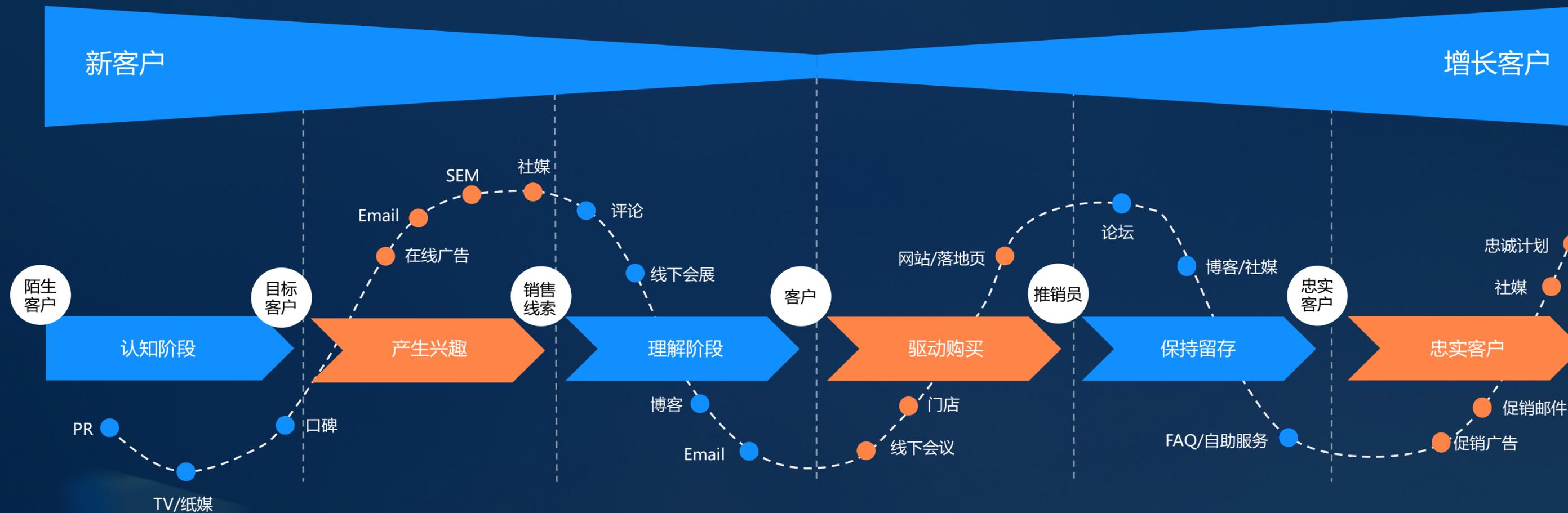
一站式会议平台

围绕行业上下游方案

线下会议营销的普遍需求



客户生命周期管理



企点营销Martech矩阵



感谢聆听

