

01

行业趋势

用户搜索行为向抖音内容平台迁移



移动搜索是用户的重要触网场景



用户搜索行为从PC端向移动端转移

搜索引擎用户使用设备



数据来源：CNNIC中国网民搜索引擎使用情况调查。



移动搜索用户使用率高达八成以上

2015.12-2020.3手机搜索用户规模及使用率



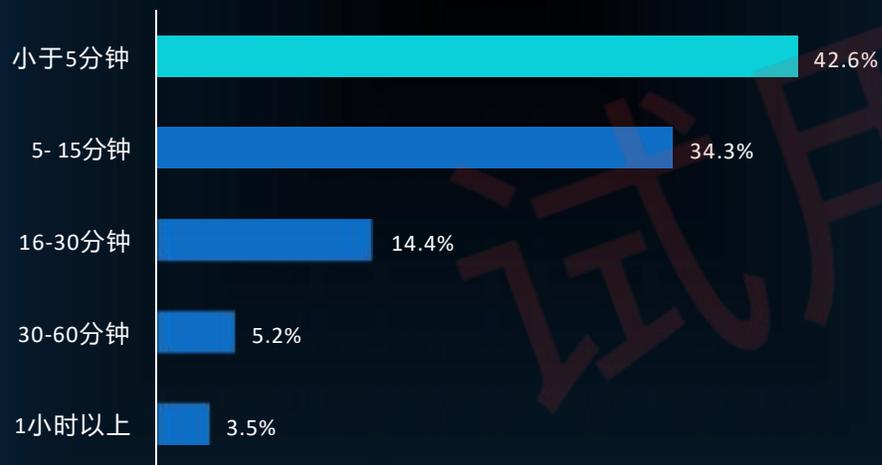
数据来源：CNNIC中国互联网发展状况统计调查。

移动搜索用户即用即走，内容平台用户粘性较强



四成移动搜索用户单次使用 < 5分钟

移动搜索用户平均单次运行时长分布

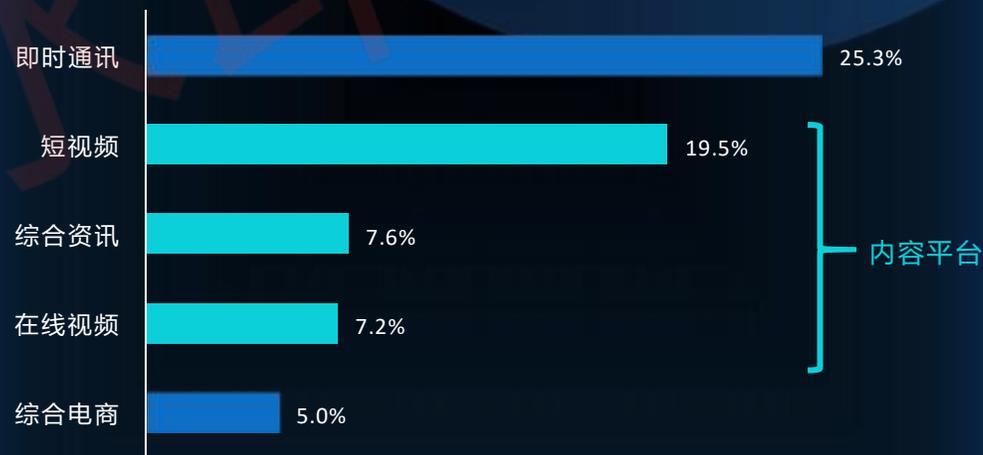


数据来源：中国移动搜索市场研究报告，比达数据中心。



内容平台在移动用户时长TOP5位列三席

中国移动互联网典型细分行业总时长TOP5



数据来源：QuestMobile中国移动互联网2020半年大报告。

01

行业趋势

用户搜索行为向抖音内容平台迁移



01

行业趋势

用户搜索行为向抖音内容平台迁移



移动搜索是用户的重要触网场景



用户搜索行为从PC端向移动端转移

搜索引擎用户使用设备

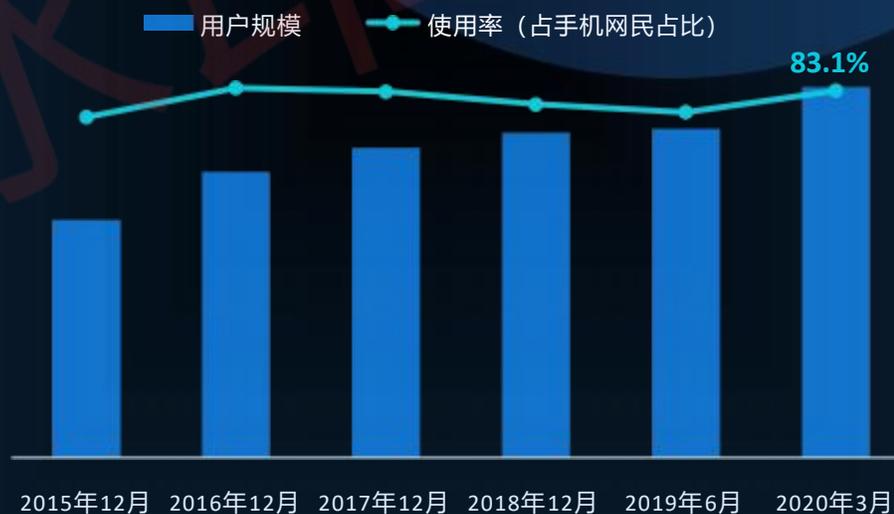


数据来源：CNNIC中国网民搜索引擎使用情况调查。



移动搜索用户使用率高达八成以上

2015.12-2020.3手机搜索用户规模及使用率



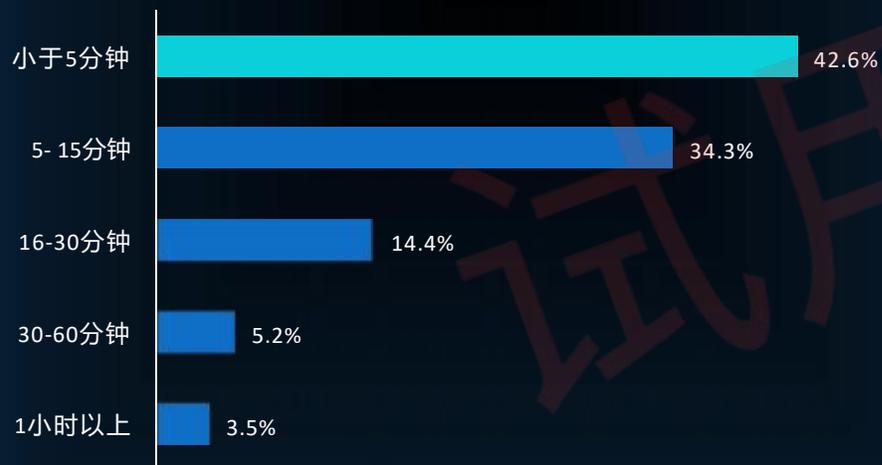
数据来源：CNNIC中国互联网发展状况统计调查。

移动搜索用户即用即走，内容平台用户粘性较强



四成移动搜索用户单次使用 < 5分钟

移动搜索用户平均单次运行时长分布

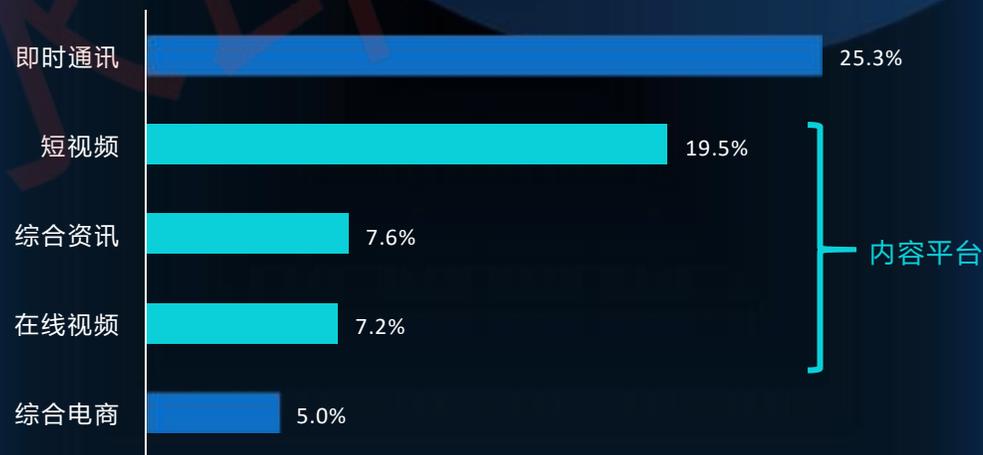


数据来源：中国移动搜索市场研究报告，比达数据中心。



内容平台在移动用户时长TOP5位列三席

中国移动互联网典型细分行业总时长TOP5



数据来源：QuestMobile中国移动互联网2020半年大报告。

移动搜索是用户的重要触网场景



用户搜索行为从PC端向移动端转移

搜索引擎用户使用设备



数据来源：CNNIC中国网民搜索引擎使用情况调查。



移动搜索用户使用率高达八成以上

2015.12-2020.3手机搜索用户规模及使用率



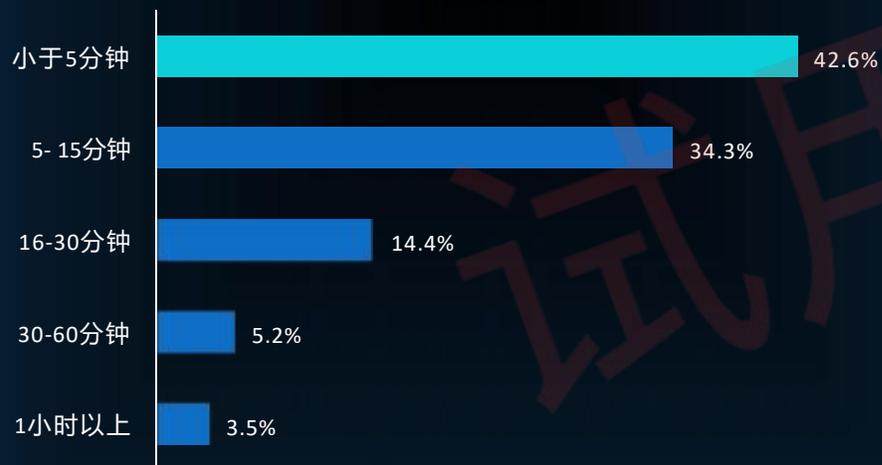
数据来源：CNNIC中国互联网发展状况统计调查。

移动搜索用户即用即走，内容平台用户粘性较强



四成移动搜索用户单次使用 < 5分钟

移动搜索用户平均单次运行时长分布

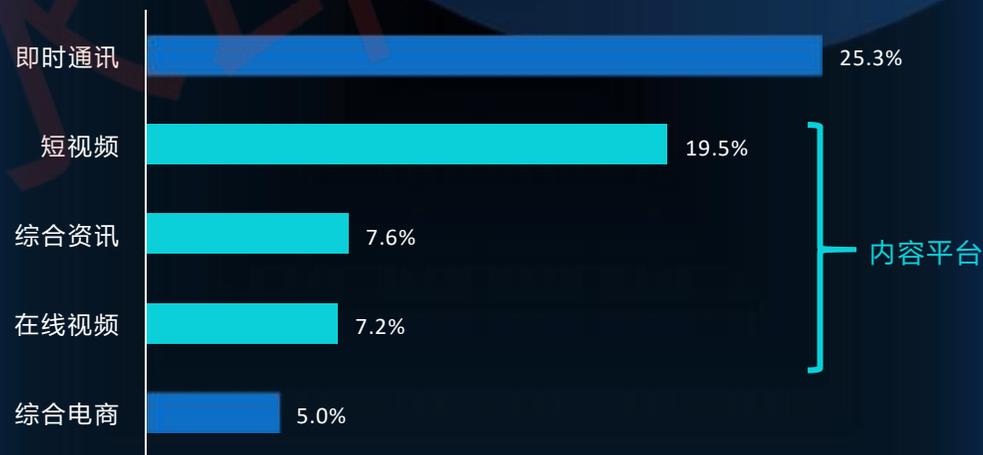


数据来源：中国移动搜索市场研究报告，比达数据中心。



内容平台在移动用户时长TOP5位列三席

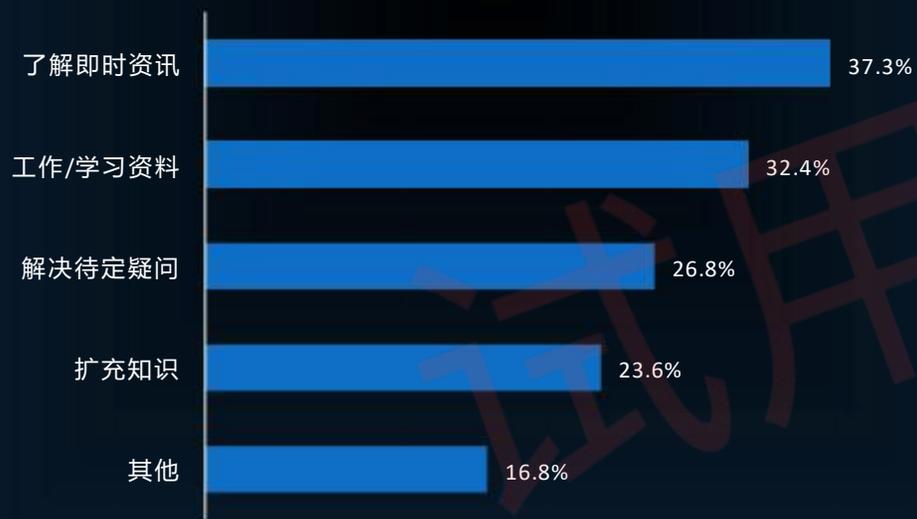
中国移动互联网典型细分行业总时长TOP5



数据来源：QuestMobile中国移动互联网2020半年大报告。

搜索的本质是获取信息的工具，有内容的地方就有搜索

用户主要搜索内容分布



数据来源：中国移动搜索市场研究报告，比达数据中心。



用户搜索行为去中心化，向内容平台迁移

63%

受众搜索不同内容，会选择使用不同的媒体。

按内容，选平台

77%

网民平时有浏览热点内容/商品信息并搜索的习惯。

一边看，一边搜

90%

受众表示产品相关视频在他们做决策时很有帮助。

有视频，有图文

生态内搜索 已成行业共识

36Kr 深度资讯 | 新报告：移动搜索向聚合服务发展，头

造丰富的内容生态体验，搜索引擎的功能不断被重新定义。借助多项新技术，互联网企业纷纷以“搜索工具+业务生态”的模式强势入场。

内容生态 火力全开

通过头条搜索“新能源汽车”，便会看到懂车帝提供的各类车型信息，点开相关推荐视频就可直观了解车辆特点……作为近年来势头强劲的互联网企业，字节跳动一直将打造丰富的内容生态体验作为进军搜索业务的核心，旗下今日头条也承担着“排头兵”的任务。

搜索市场向何处去

可以预见，在相当长时间内，搜索的竞争依然会很激烈。那么，在未来，搜索市场会呈现出怎样的特征呢？在我看来，以下几点可能是重要的。

首先，搜索引擎的发展重点将会从通用搜索为主转向以生态内搜索为主。尽管搜索本身的作用依然巨大，但在信息流等新的信息获取方式的冲击下，其对广告商的吸引力确实已经出现了巨大的下滑。对于搜索服务的提供者来说，要想沿用过去的业务模式维护以往的收入，就变得越来越困难。在这样的背景下，搜索引擎的独立生存可能会越来越困难。在更多的可能下，它们会被纳入某个生态，为这个生态的发展起作用。例如，腾讯的搜一搜，字节的头条搜索，在更大程度上都是生态内的搜索。它们的主要职能将不再是直接提供搜索结果来获取关注、得到回报，而是活跃生态，打通生态的内部资源。因此，从某种意义上看，在不久的将来，纯粹意义上的搜索市场，以及这个市场内部的竞争都可能会消失，取而代之的将是包含于生态竞争内部的搜索能力竞争。

信息来源：根据网络公开资料整理，

36氪：<https://www.36kr.com/p/1725077684225>

新华网：http://www.xinhuanet.com/tech/2020-07/01/c_1126180638.htm

经济观察网：<http://www.eeo.com.cn/2020/0817/400165.shtml>

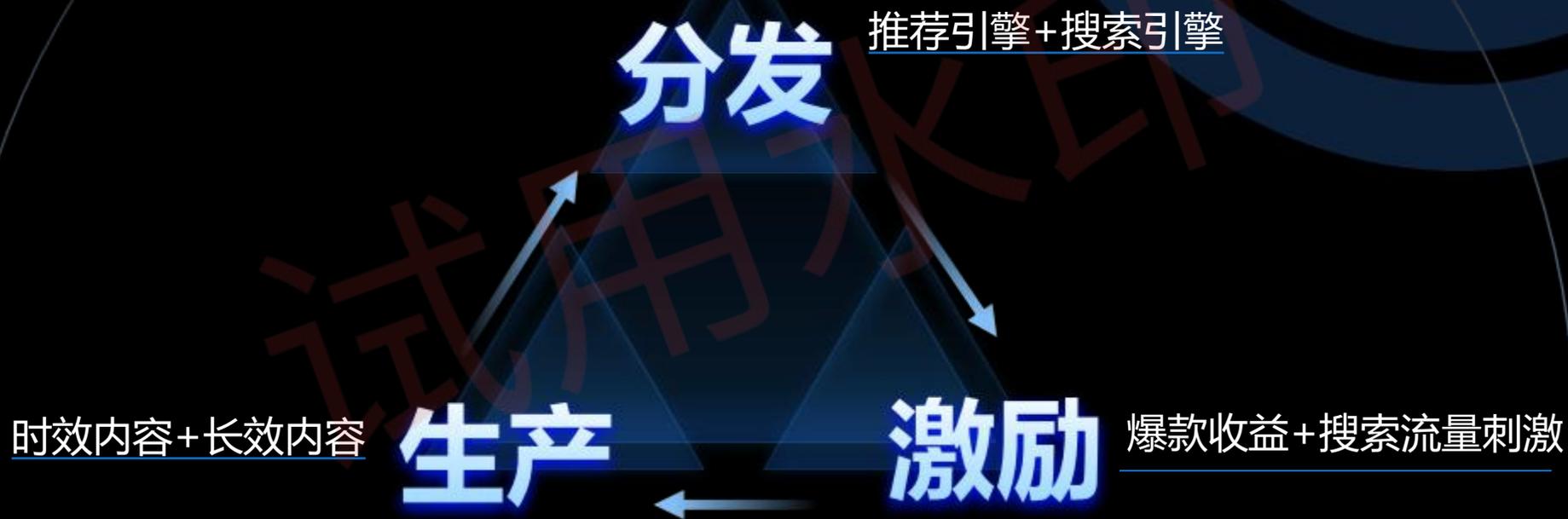
02

平台洞察

抖音内容生态激发用户搜索



抖音持续构建稳定的内容生态



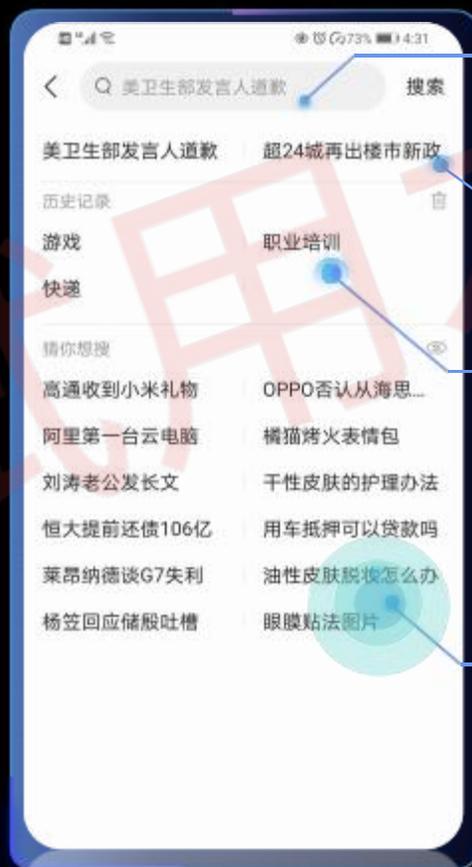
今日头条：用户在综合信息环境下“随看随搜”

强化搜索入口

内容页均设置搜索入口



简化搜索路径



页面顶部搜索栏滚动更新

头条热搜

历史搜索记录

千人千面一键直达

搜索与内容关联



抖音：从单一入口到“陪伴”入口，覆盖用户全场景

01 刷视频时：视频提示+推荐页相关提醒+右上角入口

02 看评论时：搜索吸顶词

03 去搜索时：猜你想搜



抖音：用户通过搜索解决实际需求问题

服装管理软件

特色小吃加盟

纸箱定制厂家

折弯机



用户每天搜索次均值
超过

5亿

数据来源：2020年12月字节大会



用户搜索习惯养成，搜索行为泛化，生意机会增加

用户搜索习惯养成

57%

用户打开APP30秒后，先浏览后搜索

从搜“号”到搜“内容”

■ 搜号 ■ 搜内容



从“尝试”到“愿意”

Q 连衣裙 抖音搜索



冬款连衣裙



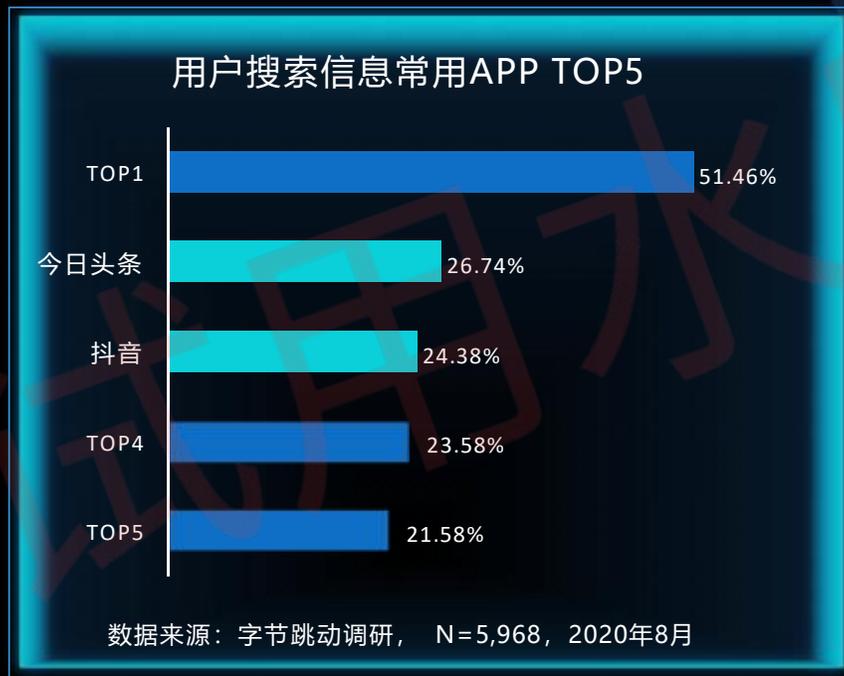
2021年时尚冬款女装

用户在抖音内容生态下形成强搜索习惯

热搜词

搜索词	近7天搜索量 (全国)	指导出价 (元)
挖掘机	434441	0.82
工程车	87805	1.18
吊车	27312	1.54
叉车	17740	3.06
小挖机	10413	1.3
搅拌机	7607	2.28
小型挖掘机	7482	1.21
热泵价格表	6981	1.6
前置过滤器	6854	0.8
烘干机	6164	1
封口机	6145	0.6
氩弧焊	5923	2.98
粉碎机	5784	4.55
破碎机	5781	4.85
空气能热泵价格	5695	4.78
装载机	5328	1.96
装载机	5328	1.96

数据来源：字节跳动调研 2021.12.5



飙升词排行

搜索词	近2天搜索量 (全国)	提升幅度
1. 挖土机	5659	14%
2. 越南粉碎机	2561	300%
3. 挖挖机	2237	12%
4. 搅拌车	2177	19%
5. 勾机	1219	15%
6. 烘干机价格	741	574%
7. 抽水泵	575	139%
8. 鼓风机	366	130%
9. 不用电的水泵	261	326%
10. 十大热泵烘干机品牌	200	41%
11. 机械赛罗	187	109%
12. 无线抽水泵	180	≥999%



抖音构建

内容生态下的搜索营销

03

特色优势

抖音内容生态下的搜索流量价值



流量价值

崭新的流量蓝海



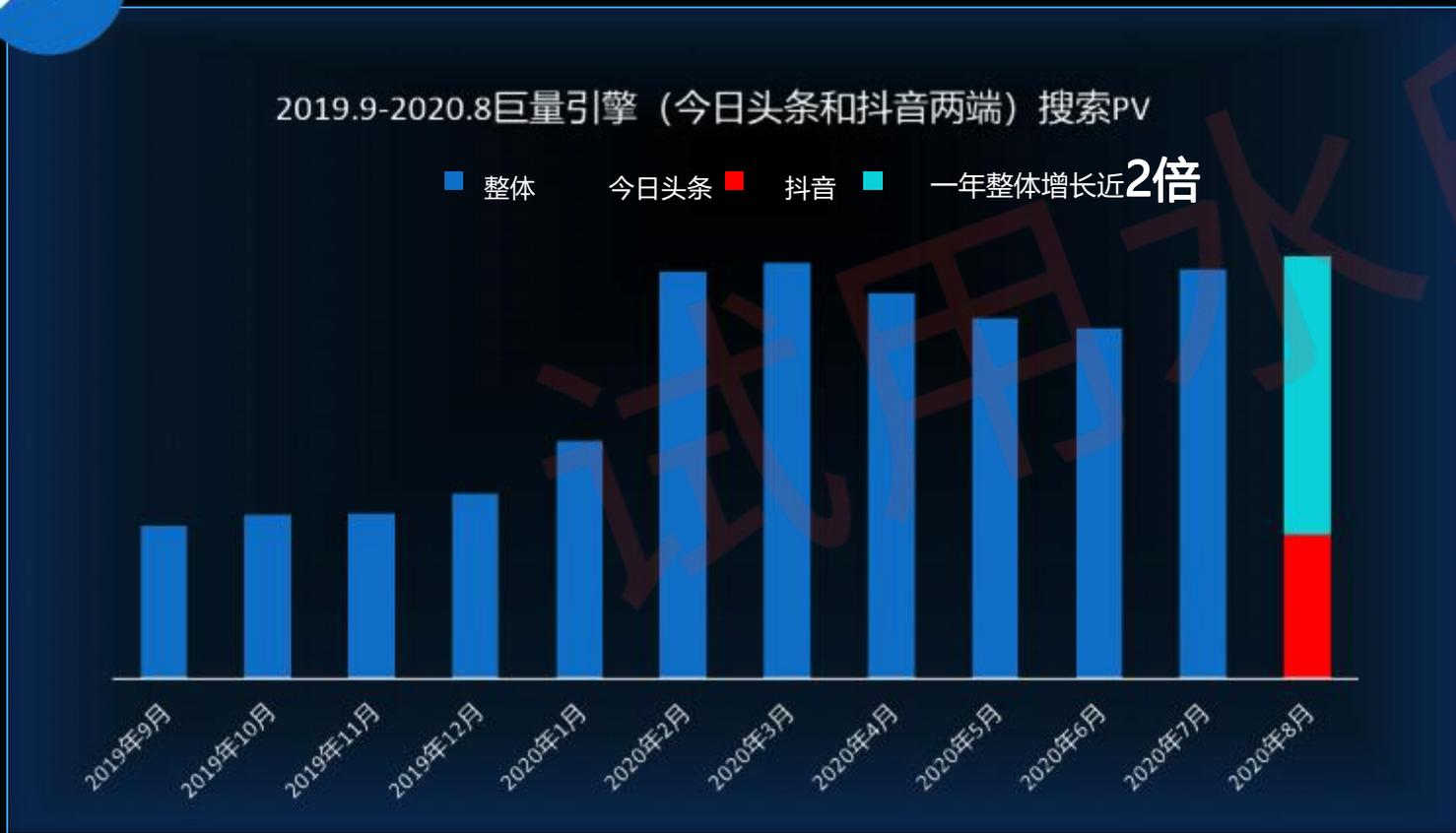
链路价值

品牌占位的收口

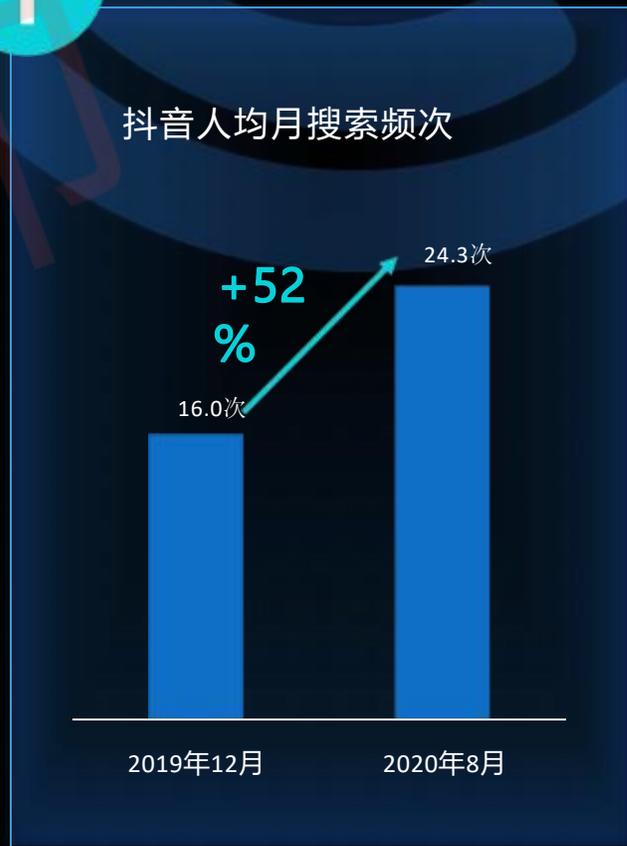
抖音搜索规模和份额持续攀升



近一年抖音和今日头条搜索量级合计增长2倍



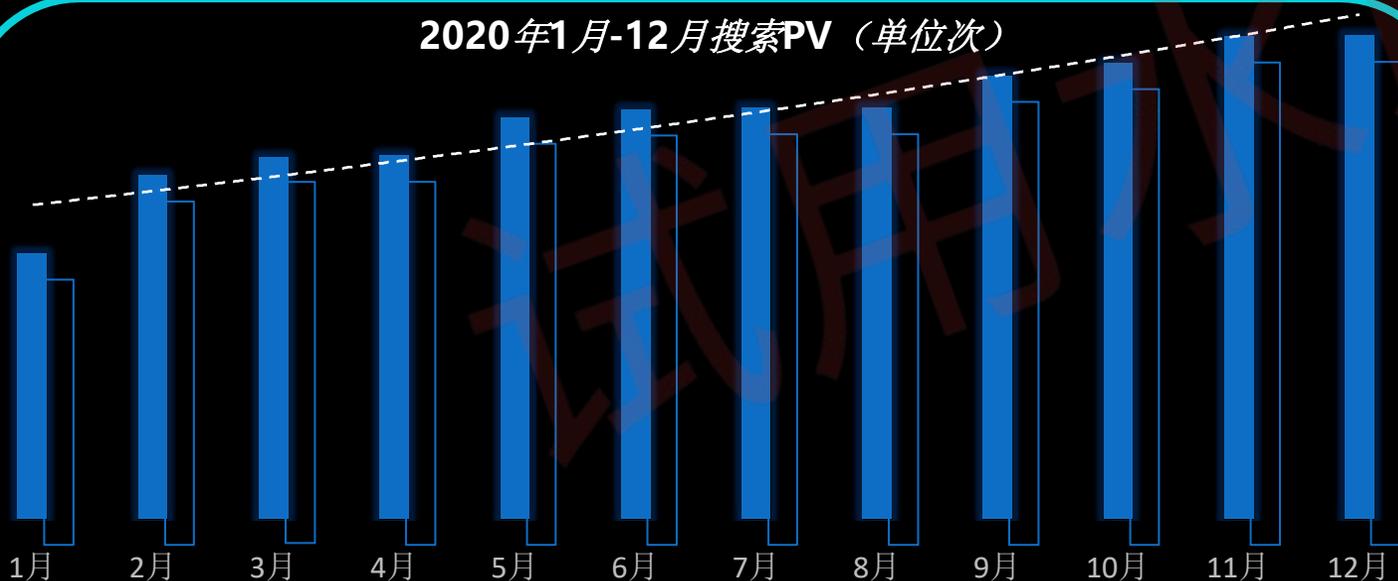
用户搜索频次持续上升



今日头条和抖音是用户常用的搜索阵地

2020年巨量引擎用户搜索PV呈上升趋势  

2020年1月-12月搜索PV（单位次）



单日搜索均值突破

5亿次

数据来源：2020年12月引擎大会

抖音搜索MAU

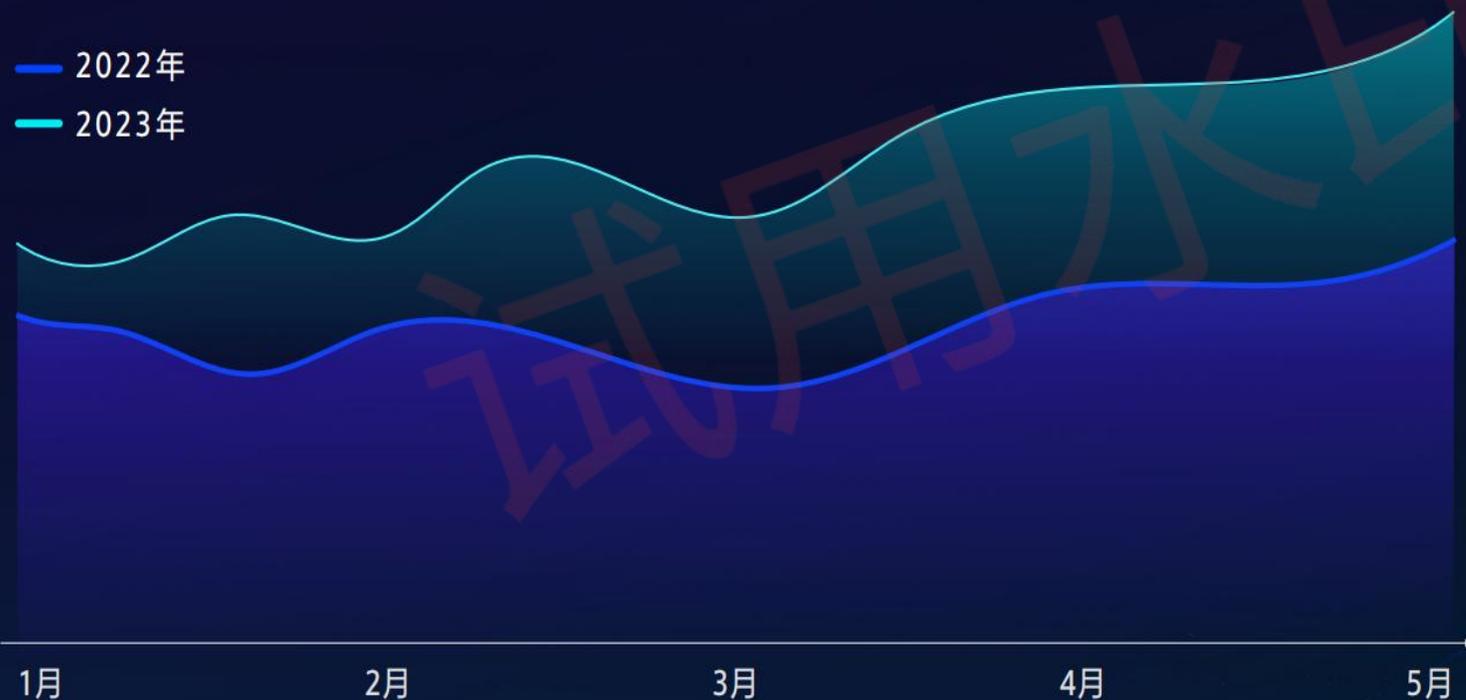
5.5亿

数据来源：巨量算数，2021年2月

搜索规模高速增长 用户搜索习惯养成 构筑商业营销蓝海

今日头条&抖音 搜索日均PV稳健攀升

— 2022年
— 2023年



3次+

平均每人每天在抖音搜索

18%

搜索独立流量占比

搜索多行业流量稳健增长 线索下载场景势头迅猛



更多广告主通过搜索获取商机

线索

+92%

客户数年同比

+77%

消耗年同比

+173%

搜索获得线索量同比

下载

+167%

客户数年同比

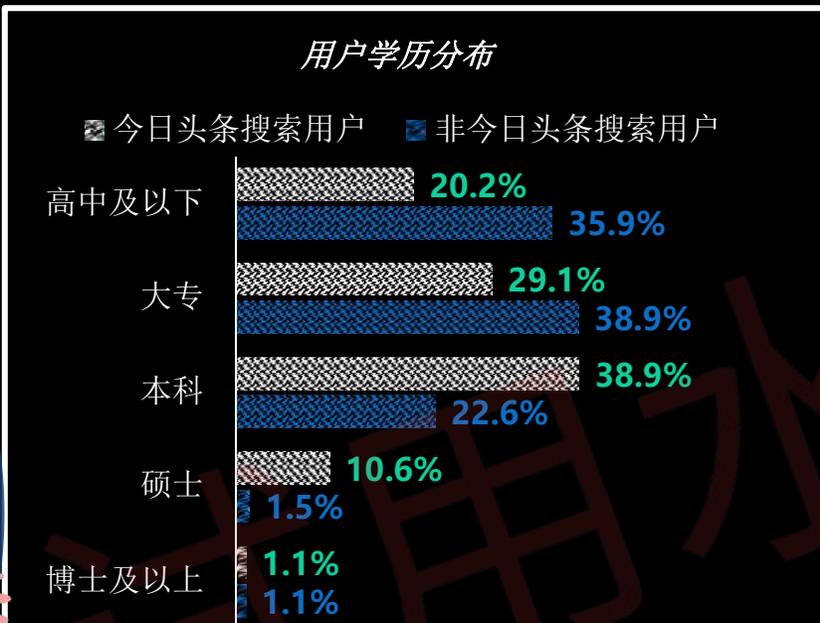
+44%

消耗年同比

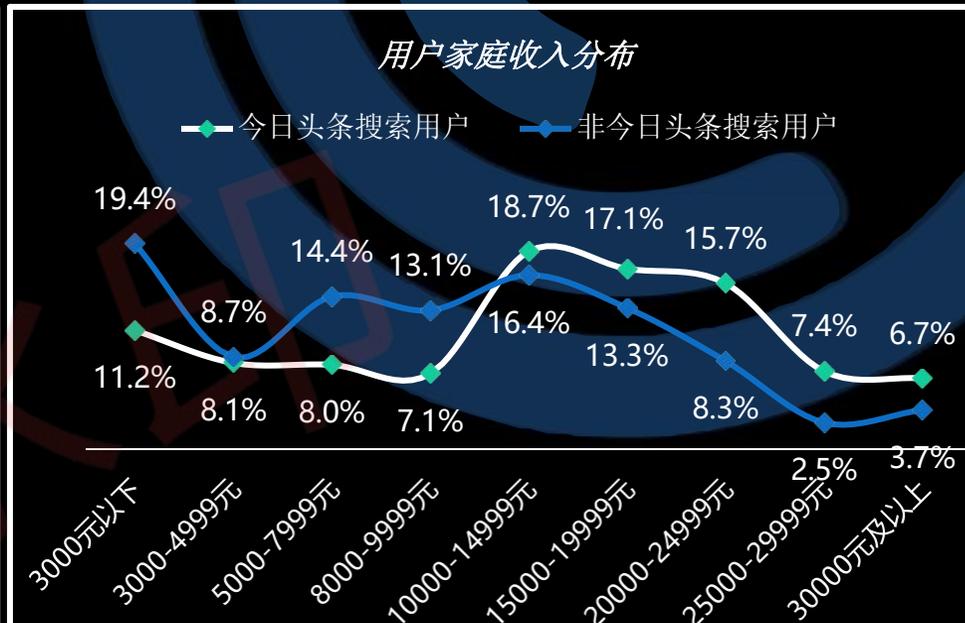
+91%

搜索获得下载量同比

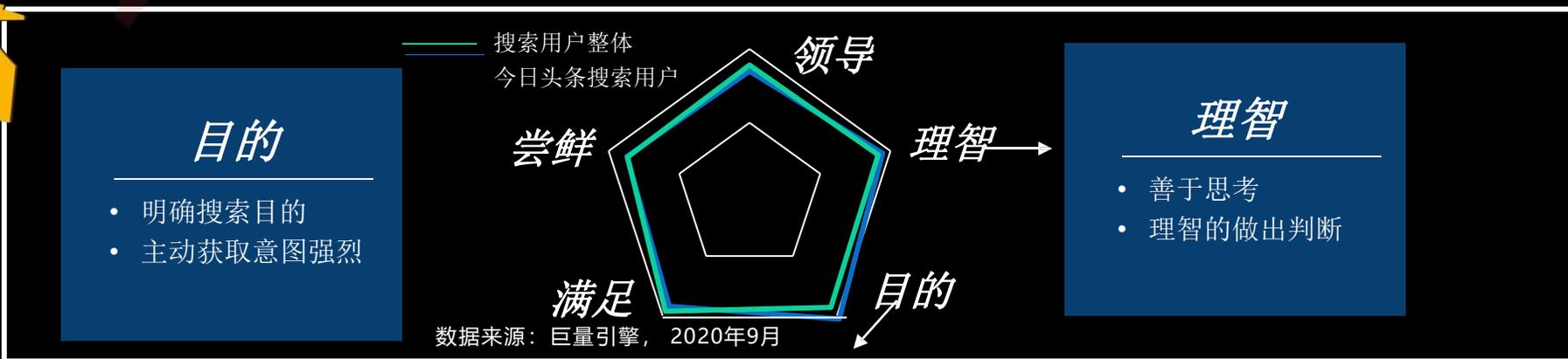
头条 今日头条搜索用户：学历高、有主见、有购买力



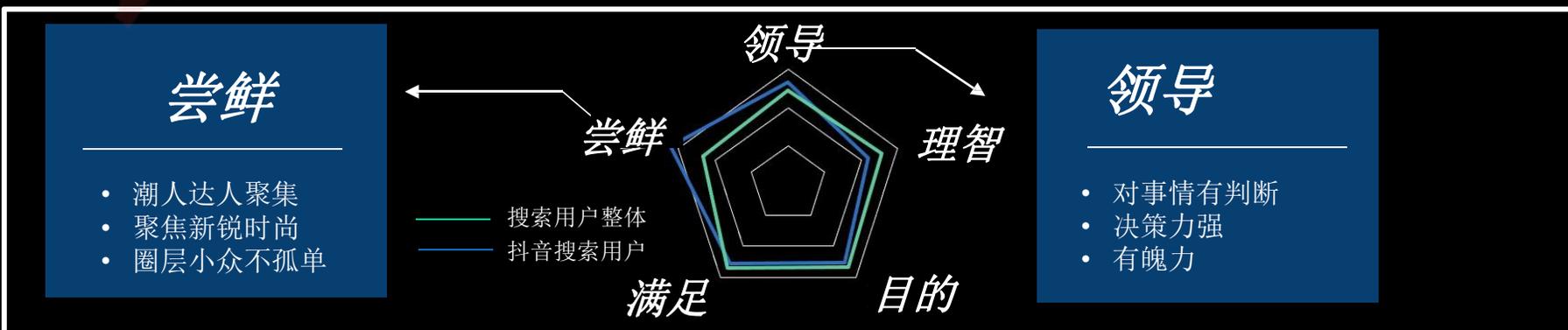
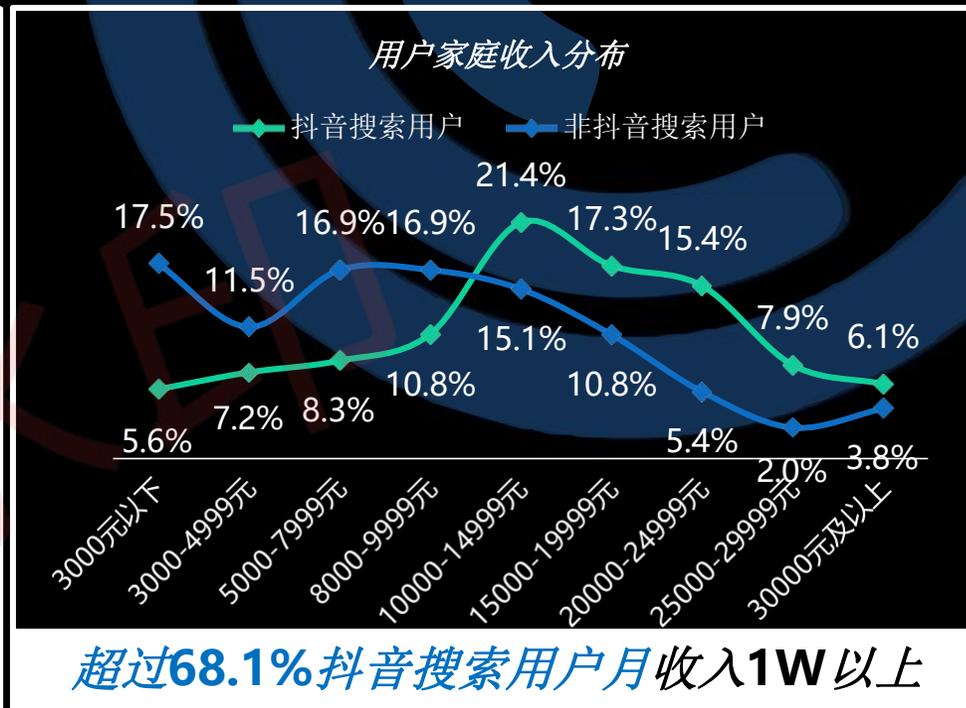
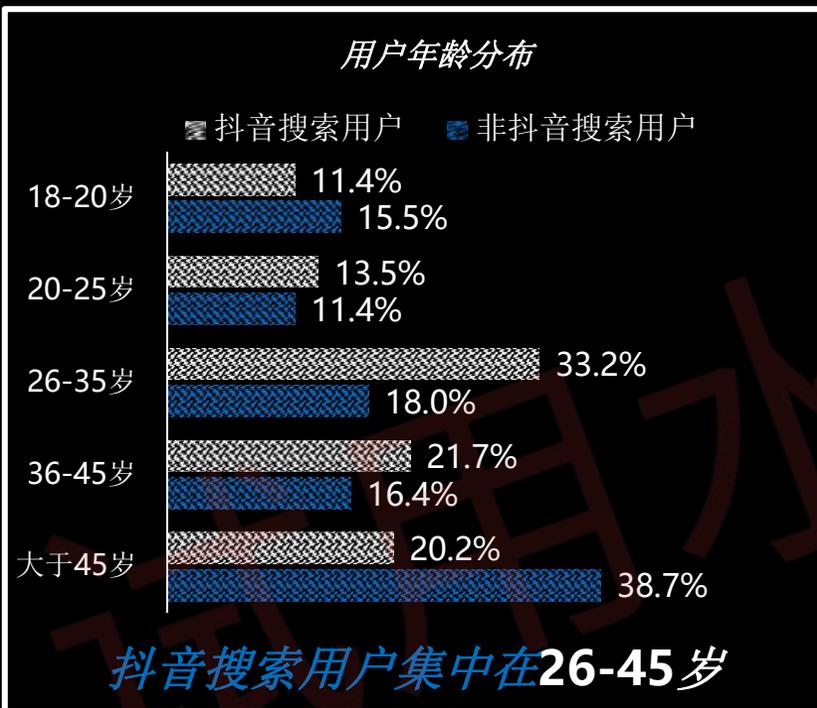
超半数以上头条搜索用户为本科以上



超过65.5%头条搜索用户月收入1W以上



抖音搜索用户：中坚力量、敢尝鲜、有魄力



他们喜欢搜大牌，各行业TOP3名气响当当

用户最爱搜的奢侈品

TOP3

- TOP1 LV 路易威登
- TOP2 GUCCI 古驰
- TOP2 Cartier 卡地亚

用户最爱搜的3C产品

TOP3

- TOP1 苹果
- TOP2 OPPO
- TOP2 VIVO

用户最爱搜的美妆品牌

TOP3

- TOP1 雅诗兰黛
- TOP2 欧莱雅
- TOP3 完美日记

用户最爱搜的汽车品牌

TOP3

- TOP1 宝马
- TOP2 奔驰
- TOP3 大众

流量价值
崭新的流量蓝海

“图文+视频” 搜索提升转化效率和效果

视频搜索的信息传递效率更高



传统图文搜索——127s

视频内容搜索——37s



图文+短视频搜索广告 VS 单一图文搜索广告

CVR转化率 **↑2.5倍**

数据来源：字节跳动



“图文+视频” 搜索广告效果更好

内容强激发

抖音随看随搜的环境

搜索强持续

用户搜后继续搜

信息强召回

搜索能够召回错失的用户

链路价值
品牌占位的收口

搜索实现用户主动意图的复现和必现



“看后搜”是内容生态下搜索的主流

看

57.74%

打开APP30秒后，先浏览后搜索

25.03%

打开APP30秒后连续搜索

17.23%

打开APP30秒内搜索

搜索动作

数据来源：字节跳动

搜索让品牌可以对用户随时随地“重现”

搜索复现



搜后即时咨询互动 短链直达经营场景

支持多种转化目标 优选最佳转化链路

多种转化目标

表单收集
电话拨打
在线咨询
微信加粉
.....

留资

获取用户手机
添加微信

转化

电话/微信确认意向
到访/上门服务
成交

一触即达 即时咨询



原生咨询助力线索 行业提效

48%

原生咨询对比其他线索
产品CTR*CVR提升

下探行业经营诉求 提升线索获客效率



一汽大众：布局搜索完善触达用户路径 有效提升转化

主动搜索+被动触达 提升用户触达

双端搜索竞价广告



主动搜索

信息流广告



被动触达



用户触达效率提升

+47%

搜索触达的用户占比

用户覆盖精准度提升

+69%

搜索竞价线索有效率

线索转化效率明显提升

+52%

成交率较常规广告提升

成交率提升趋势明显



链路价值

品牌占位的收口

搜索是意向用户再触达的收口

需

用户对商业信息存在复现需求

供

搜索帮助意向用户找回错失的信息



废气处理方案
废气处理塔



✓

搜索即可获得品牌信息

以前打开抖音都是废气处理广告,
现在消失了, 我是搜索进来的。

怎么联系, 我找不到啊, 有需求呢



✗

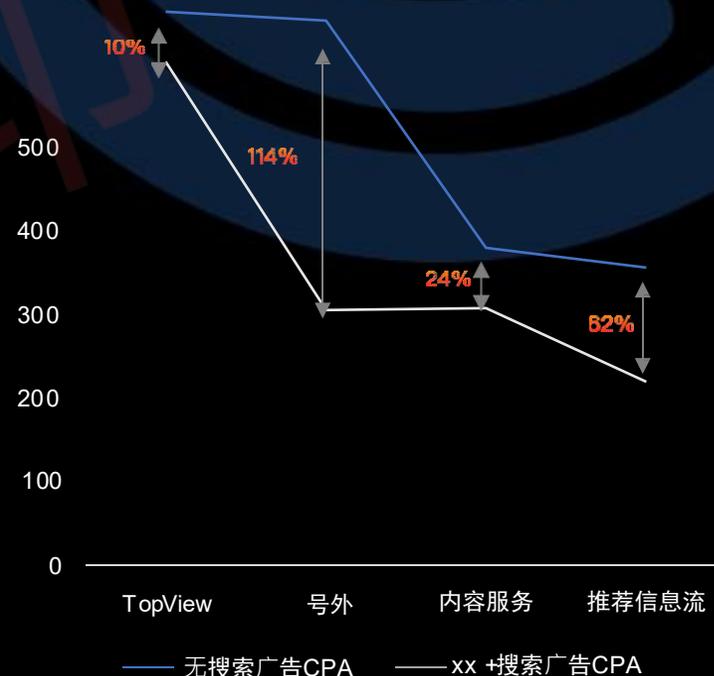
收口价值：长期占位，助力品牌高效召回用户

57%

今日头条和抖音的搜索用户中，有57%的用户看完30秒后有搜索行为

用户浏览到某品牌信息

🔍 有需求时--搜索复现



Part 02

部分客户效果展示

PPR管加盟行业

获客成本

171元

投放区域

全国

线索量

123条

投放时间

全天

消耗金额

21232元

上线时间

2023-4-6

部分商机数据

	姓名	电话	附加选项	站点名称
表单提交	申静	18003147		实业
智能电话	朱名	13939651		实业
表单提交	史进	15885791		实业
表单提交	招东	13813337		实业0423
表单提交	龚友	15981962		实业
表单提交	张征	18039156		实业0423
表单提交	刘	15176543		实业0423
表单提交	唐生	13650751		实业
智能电话	朱名	15342407		实业0423
表单提交	吴叶	18070469		实业
智能电话	朱名	13473000		实业
表单提交	武	13473000		实业
表单提交	王伟	18908591		实业

广告展示样式

广告搜索界面

视频播放界面

线索收集界面



信息管理软件行业

获客成本 205元

投放区域 河南 武汉 上海

线索量 23条

投放时间 全天

消耗金额 4715元

上线时间 2023-5-4

广告展示样式



线索类型	姓名	电话
表单提交	李	15038013
智能电话	未	18804935
表单提交	常	13323735
表单提交	辛	13391019
智能电话	未	13103891
表单提交	李	13623714
表单提交	袁	18639342
表单提交	徐	18037312
表单提交	王	18137477
表单提交	任	13592590



开锁配钥匙行业

获客成本 75元

投放区域 苏州

线索量 80条

投放时间 全天

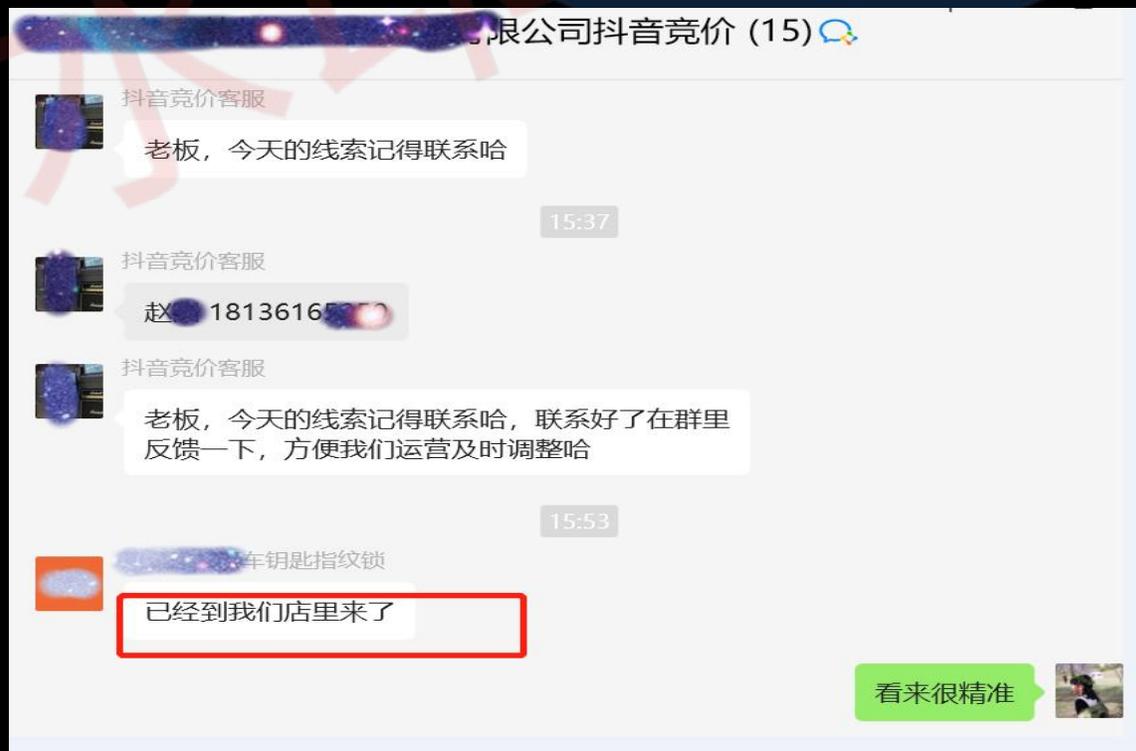
消耗金额 6000元

上线时间 2023-4-28

广告展示样式



线索类型	姓名	电话
表单提交	孙	13913794800
智能电话	未命名	18136165000
表单提交	赵	18136165000
智能电话	未命名	17601580455
智能电话	未命名	18262685008
智能电话	未命名	18580524507
智能电话	未命名	15132087908
智能电话	未命名	15950991205
表单提交	魏	15950991205
智能电话	未命名	18821249708
智能电话	未命名	13012824600
智能电话	未命名	17730456009



钢材厂家行业

获客成本 **67元**

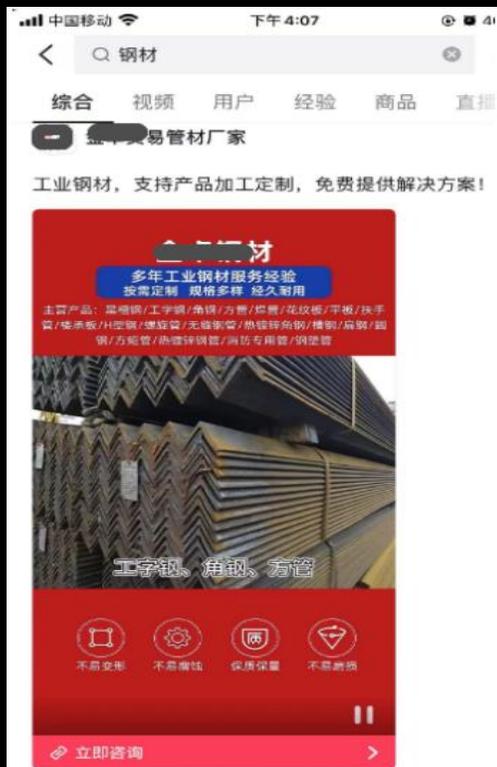
线索量 **10条**

消耗金额 **670元**

投放区域 **江浙沪**

投放时间 **全天**

上线时间 **2023-6-19**



线索类型	姓名	电话
智能电话	未命	1820182017
智能电话	未命	1585510015
智能电话	未命	1365179515
智能电话	未命	1365179515
智能电话	未命	1565790219
智能电话	未命	1565790219
智能电话	未命	1516177519
表单提交	张华	1832144115
智能电话	未命	1520514810
智能电话	未命	1811277517



合作流程

直客合作流程：

- 1：确认资质
- 2：签定合同对公打款
- 3：对接素材（活动主题或推广目的）的图片/视频和文字介绍
- 4：开通后台账号对接优化人员
- 5：进行文案与宣传页面的制作
- 6：确认文案与宣传页面
- 7：与优化组进行后期投放规划开始投放

合作政策

直客合作:

- 北上广深：10000充值开户+代运营服务费3800/年
- 代运营项目：2个推广视频+1个推广落地页+账户运营



THANKS

目录

01 行业趋势
抖音搜索推广价值

02 顺势而为
部分客户效果展示

03 合作流程
合作流程

Part 01

抖音搜索推广价值

01

行业趋势

用户搜索行为向抖音内容平台迁移



移动搜索是用户的重要触网场景



用户搜索行为从PC端向移动端转移

搜索引擎用户使用设备



数据来源：CNNIC中国网民搜索引擎使用情况调查。



移动搜索用户使用率高达八成以上

2015.12-2020.3手机搜索用户规模及使用率



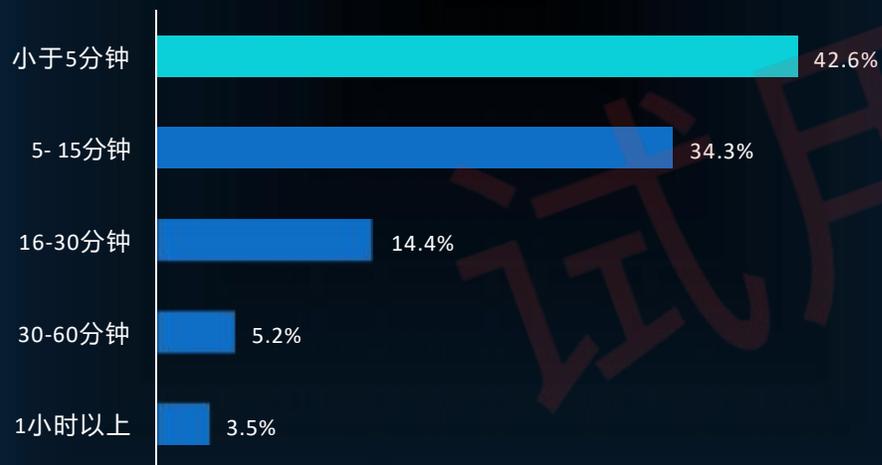
数据来源：CNNIC中国互联网发展状况统计调查。

移动搜索用户即用即走，内容平台用户粘性较强



四成移动搜索用户单次使用 < 5分钟

移动搜索用户平均单次运行时长分布

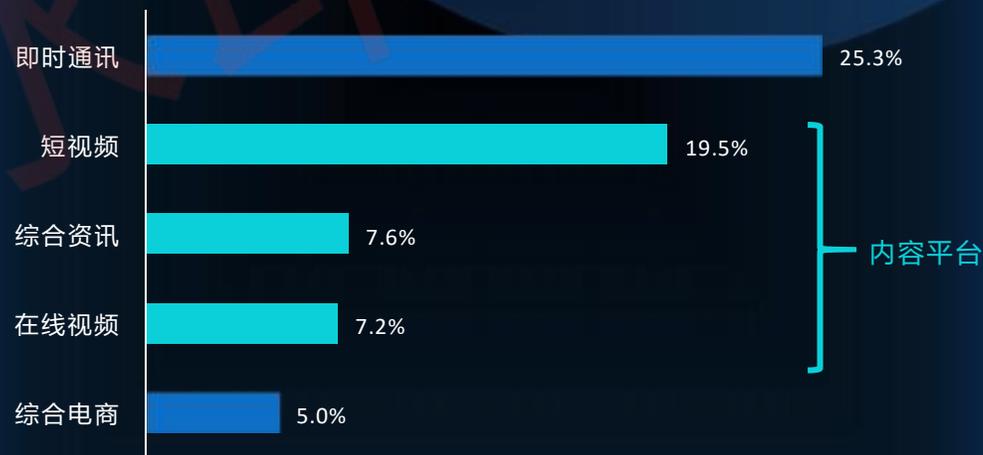


数据来源：中国移动搜索市场研究报告，比达数据中心。



内容平台在移动用户时长TOP5位列三席

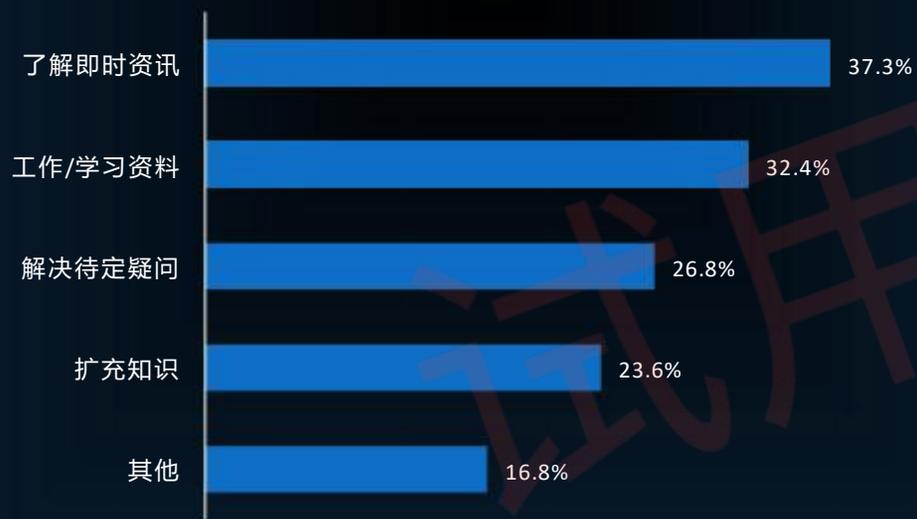
中国移动互联网典型细分行业总时长TOP5



数据来源：QuestMobile中国移动互联网2020半年大报告。

搜索的本质是获取信息的工具，有内容的地方就有搜索

用户主要搜索内容分布



数据来源：中国移动搜索市场研究报告，比达数据中心。



用户搜索行为去中心化，向内容平台迁移

63%

受众搜索不同内容，会选择使用不同的媒体。

按内容，选平台

77%

网民平时有浏览热点内容/商品信息并搜索的习惯。

一边看，一边搜

90%

受众表示产品相关视频在他们做决策时很有帮助。

有视频，有图文

生态内搜索 已成行业共识

36Kr 深度资讯 | 新报告：移动搜索向聚合服务发展，头

造丰富的内容生态体验，搜索引擎的功能不断被重新定义。借助多项新技术，互联网企业纷纷以“搜索工具+业务生态”的模式强势入场。

内容生态 火力全开

通过头条搜索“新能源汽车”，便会看到懂车帝提供的各类车型信息，点开相关推荐视频就可直观了解车辆特点……作为近年来势头强劲的互联网企业，字节跳动一直将打造丰富的内容生态体验作为进军搜索业务的核心，旗下今日头条也承担着“排头兵”的任务。

搜索市场向何处去

可以预见，在相当长时间内，搜索的竞争依然会很激烈。那么，在未来，搜索市场会呈现出怎样的特征呢？在我看来，以下几点可能是重要的。

首先，搜索引擎的发展重点将会从通用搜索为主转向以生态内搜索为主。尽管搜索本身的作用依然巨大，但在信息流等新的信息获取方式的冲击下，其对广告商的吸引力确实已经出现了巨大的下滑。对于搜索服务的提供者来说，要想沿用过去的业务模式维护以往的收入，就变得越来越困难。在这样的背景下，搜索引擎的独立生存可能会越来越困难。在更多的可能下，它们会被纳入某个生态，为这个生态的发展起作用。例如，腾讯的搜一搜，字节的跳动的头条搜索，在更大程度上都是生态内的搜索。它们的主要职能将不再是直接提供搜索结果来获取关注、得到回报，而是活跃生态，打通生态的内部资源。因此，从某种意义上看，在不久的将来，纯粹意义上的搜索市场，以及这个市场内部的竞争都可能会消失，取而代之的将是包含于生态竞争内部的搜索能力竞争。

信息来源：根据网络公开资料整理，

36氪：<https://www.36kr.com/p/1725077684225>

新华网：http://www.xinhuanet.com/tech/2020-07/01/c_1126180638.htm

经济观察网：<http://www.eeo.com.cn/2020/0817/400165.shtml>

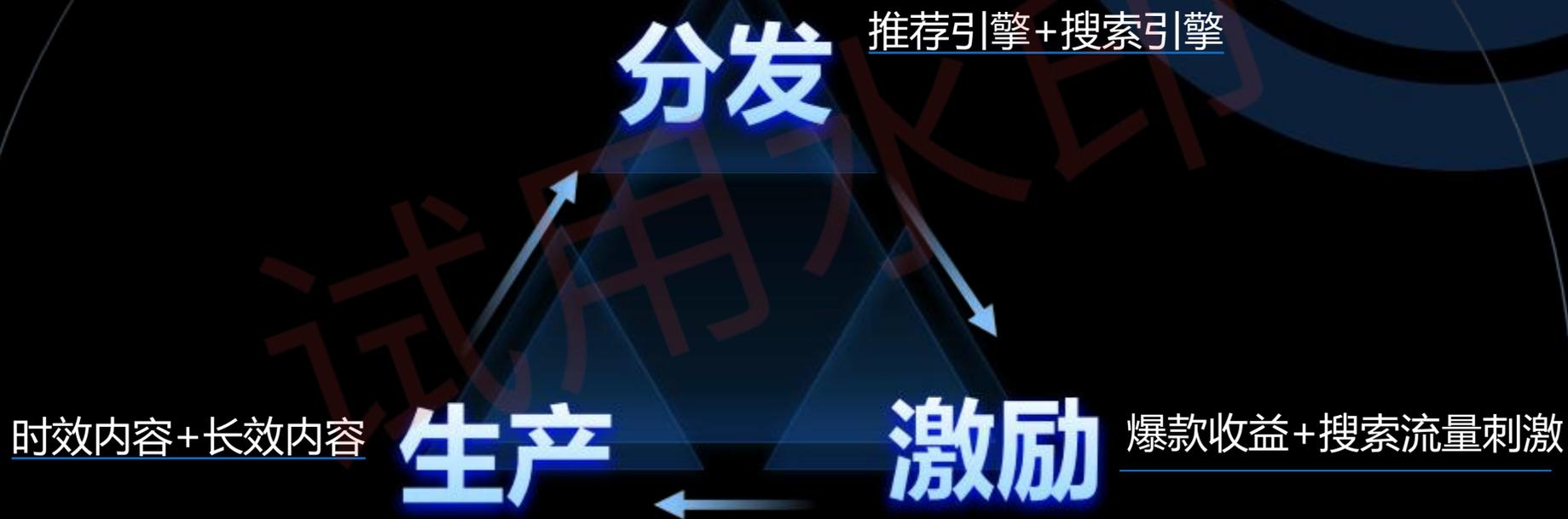
02

平台洞察

抖音内容生态激发用户搜索



抖音持续构建稳定的内容生态



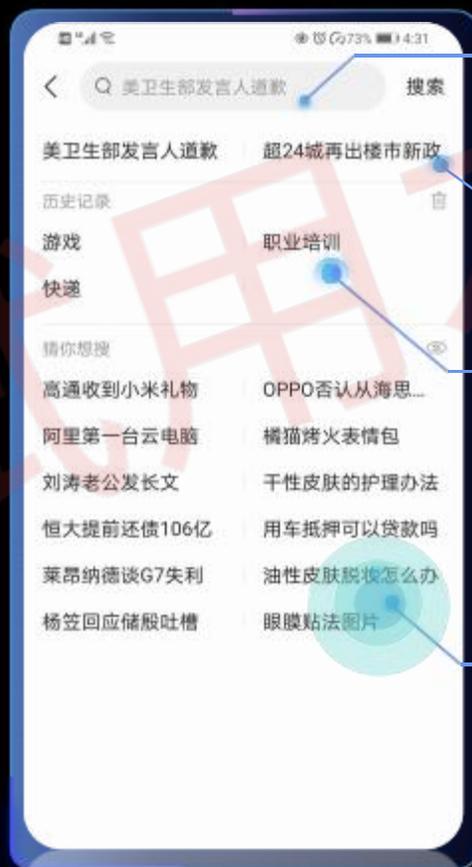
今日头条：用户在综合信息环境下“随看随搜”

强化搜索入口

内容页均设置搜索入口



简化搜索路径



页面顶部搜索栏滚动更新

头条热搜

历史搜索记录

千人千面一键直达

搜索与内容关联



抖音：从单一入口到“陪伴”入口，覆盖用户全场景

01 刷视频时：视频提示+推荐页相关提醒+右上角入口

02 看评论时：搜索吸顶词

03 去搜索时：猜你想搜



抖音：用户通过搜索解决实际需求问题

服装管理软件

折弯机



特色小吃加盟

纸箱定制厂家



用户每天搜索次均值
超过

5亿

数据来源：2020年12月字节大会

用户搜索习惯养成，搜索行为泛化，生意机会增加

用户搜索习惯养成

57%

用户打开APP30秒后，先浏览后搜索

从搜“号”到搜“内容”

■ 搜号 ■ 搜内容



从“尝试”到“愿意”

Q 连衣裙 抖音搜索



冬款连衣裙



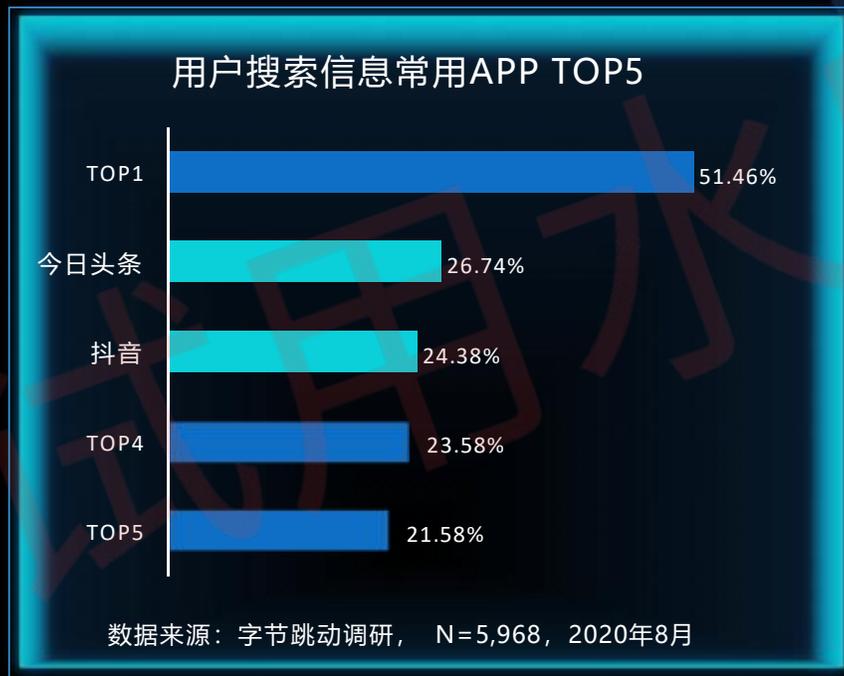
2021年时尚冬款女装

用户在抖音内容生态下形成强搜索习惯

热搜词

搜索词	近7天搜索量 (全国)	指导出价 (元)
挖掘机	434441	0.82
工程车	87805	1.18
吊车	27312	1.54
叉车	17740	3.06
小挖机	10413	1.3
搅拌机	7607	2.28
小型挖掘机	7482	1.21
热泵价格表	6981	1.6
前置过滤器	6854	0.8
烘干机	6164	1
封口机	6145	0.6
氩弧焊	5923	2.98
粉碎机	5784	4.55
破碎机	5781	4.85
空气能热泵价格	5695	4.78
装载机	5328	1.96
装载机	5328	1.96

数据来源：字节跳动调研 2021.12.5



飙升词排行

搜索词	近2天搜索量 (全国)	提升幅度
1. 挖土机	5659	14%
2. 越南粉碎机	2561	300%
3. 挖挖机	2237	12%
4. 搅拌车	2177	19%
5. 勾机	1219	15%
6. 烘干机价格	741	574%
7. 抽水泵	575	139%
8. 鼓风机	366	130%
9. 不用电的水泵	261	326%
10. 十大热泵烘干机品牌	200	41%
11. 机械赛罗	187	109%
12. 无线抽水泵	180	≥999%



抖音构建

内容生态下的搜索营销

03

特色优势

抖音内容生态下的搜索流量价值



流量价值

崭新的流量蓝海



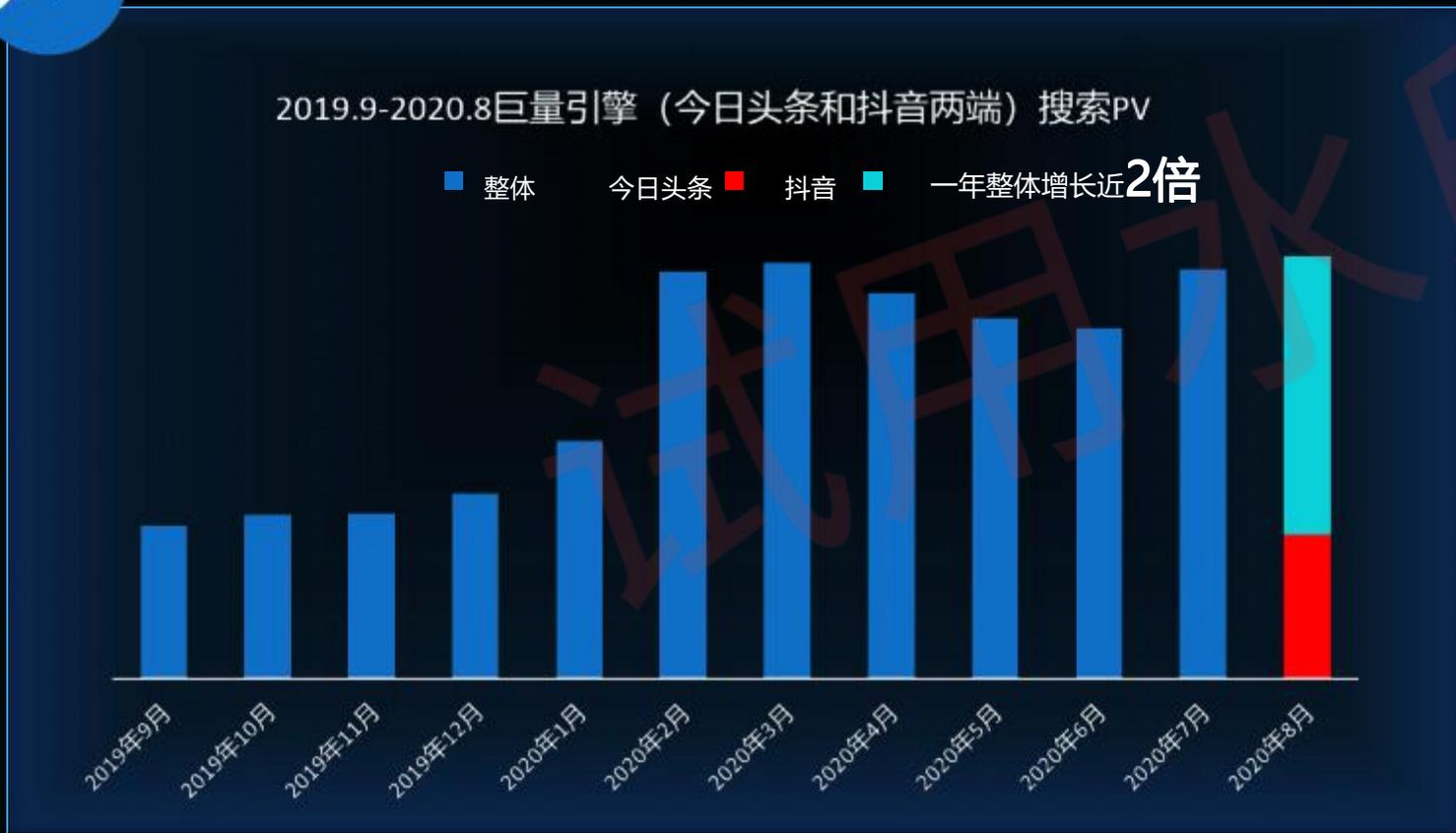
链路价值

品牌占位的收口

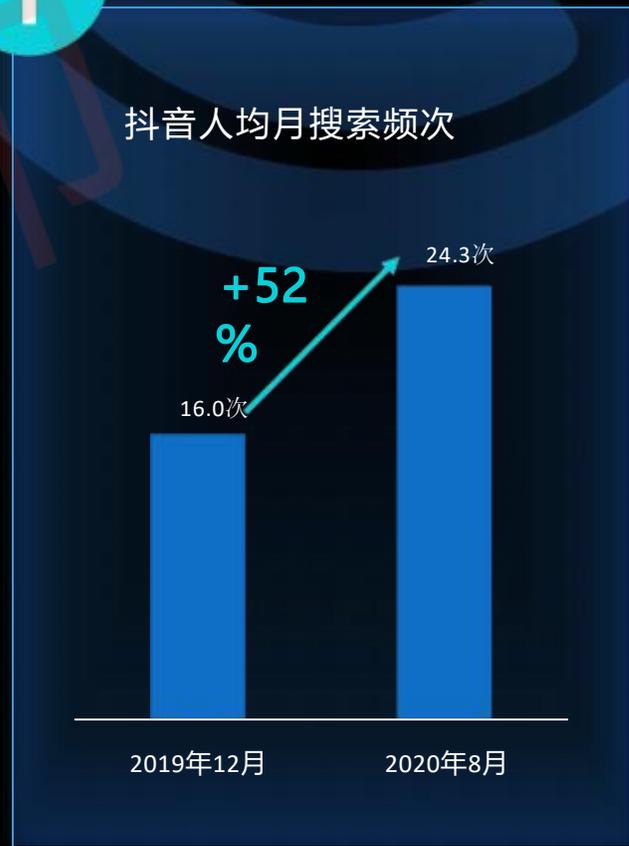
抖音搜索规模和份额持续攀升



近一年抖音和今日头条搜索量级合计增长2倍



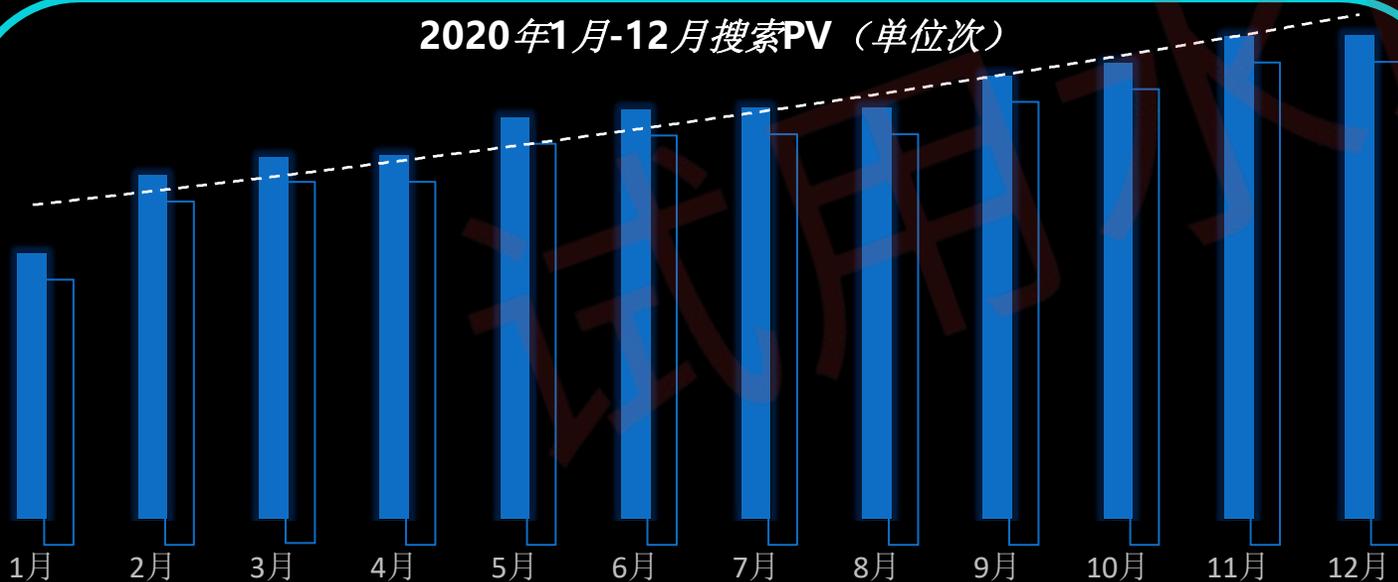
用户搜索频次持续上升



今日头条和抖音是用户常用的搜索阵地

2020年巨量引擎用户搜索PV呈上升趋势  

2020年1月-12月搜索PV（单位次）



单日搜索均值突破

5亿次

数据来源：2020年12月引擎大会

抖音搜索MAU

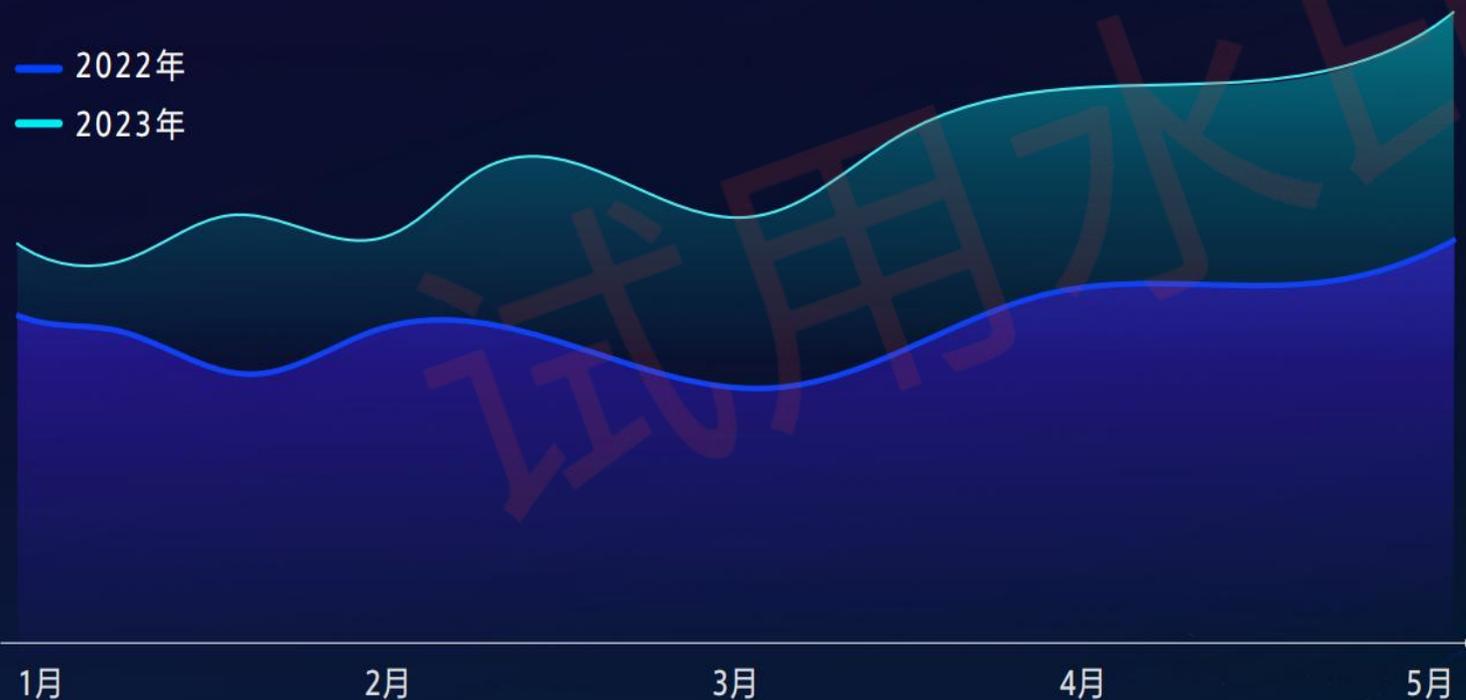
5.5亿

数据来源：巨量算数，2021年2月

搜索规模高速增长 用户搜索习惯养成 构筑商业营销蓝海

今日头条&抖音 搜索日均PV稳健攀升

— 2022年
— 2023年



3次+

平均每人每天在抖音搜索

18%

搜索独立流量占比

搜索多行业流量稳健增长 线索下载场景势头迅猛



更多广告主通过搜索获取商机

线索

+92%

客户数年同比

+77%

消耗年同比

+173%

搜索获得线索量同比

下载

+167%

客户数年同比

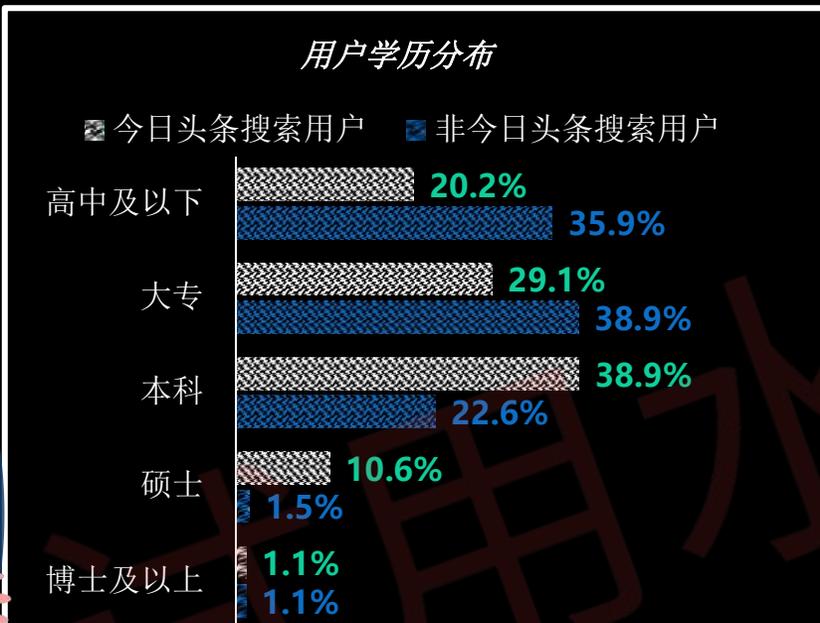
+44%

消耗年同比

+91%

搜索获得下载量同比

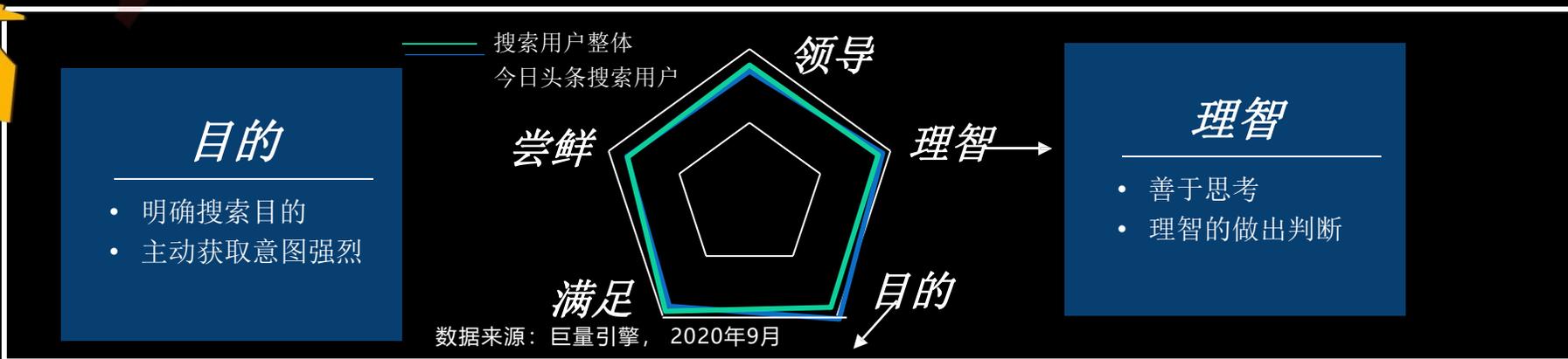
头条 今日头条搜索用户：学历高、有主见、有购买力



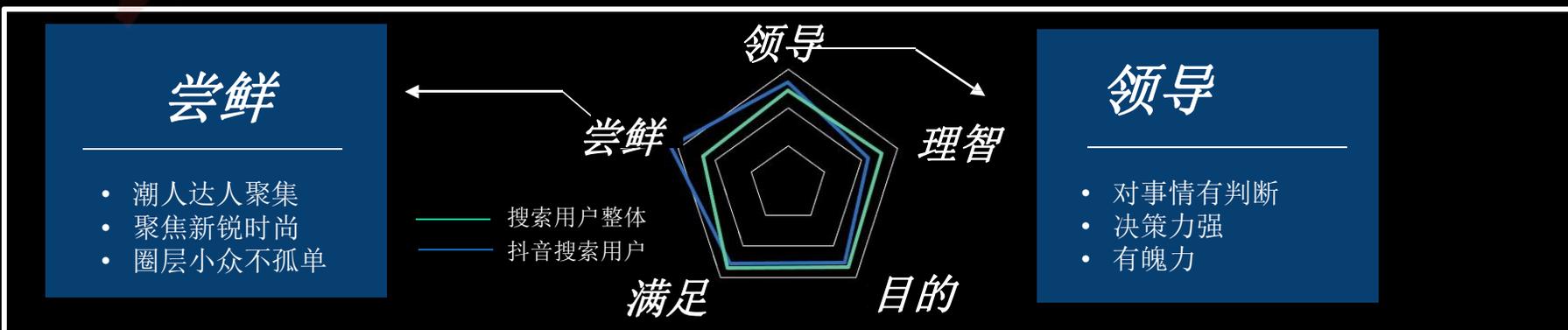
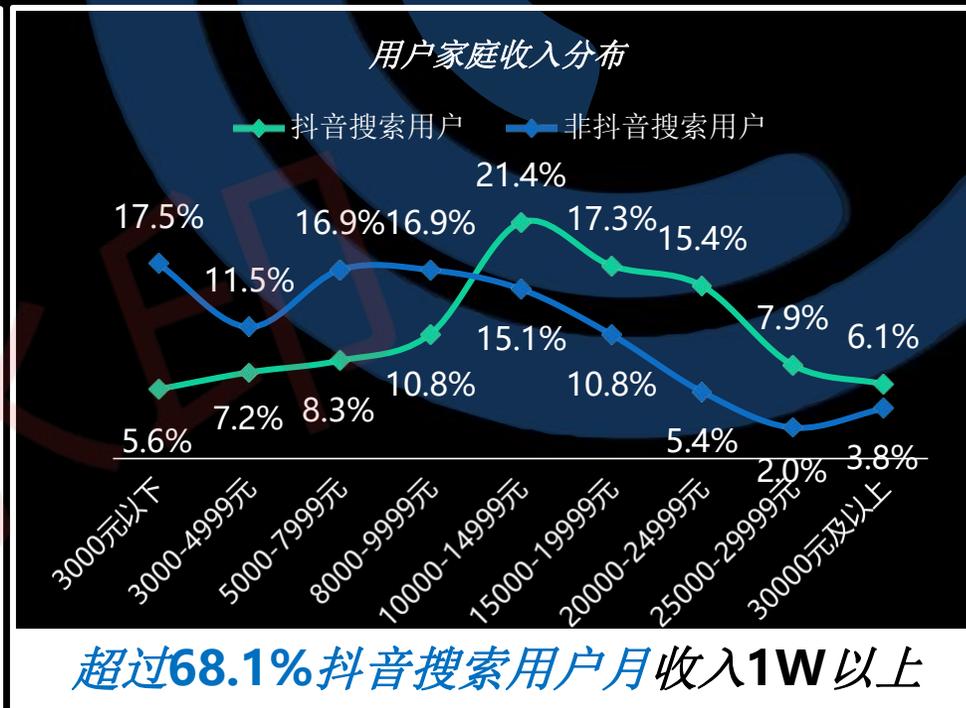
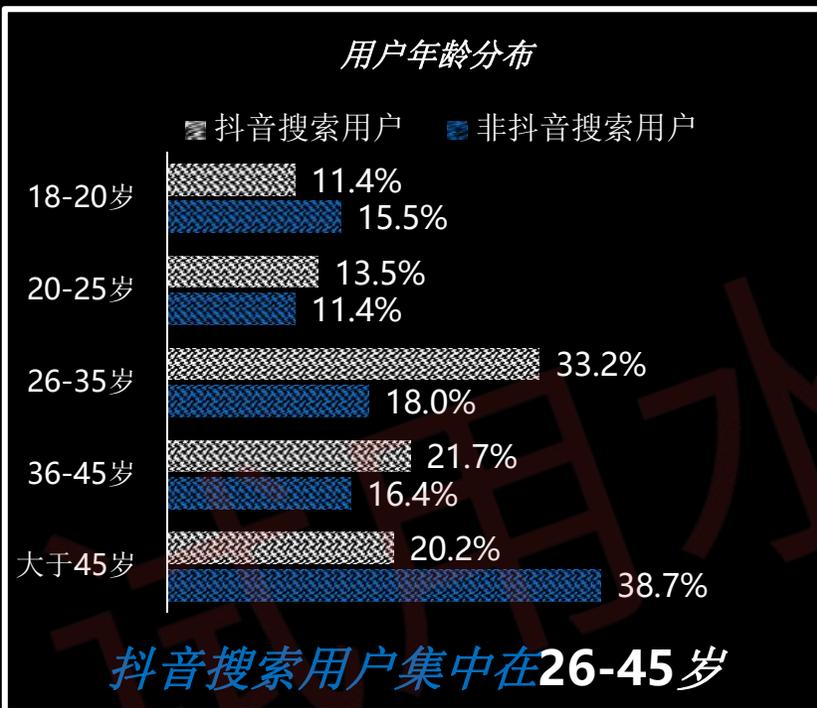
超半数以上头条搜索用户为本科以上



超过65.5%头条搜索用户月收入1W以上



抖音搜索用户：中坚力量、敢尝鲜、有魄力



他们喜欢搜大牌，各行业TOP3名气响当当

用户最爱搜的奢侈品

TOP3

- TOP1 LV 路易威登
- TOP2 GUCCI 古驰
- TOP2 Cartier 卡地亚

用户最爱搜的3C产品

TOP3

- TOP1 苹果
- TOP2 OPPO
- TOP2 VIVO

用户最爱搜的美妆品牌

TOP3

- TOP1 雅诗兰黛
- TOP2 欧莱雅
- TOP3 完美日记

用户最爱搜的汽车品牌

TOP3

- TOP1 宝马
- TOP2 奔驰
- TOP3 大众

流量价值
崭新的流量蓝海

“图文+视频” 搜索提升转化效率和效果

视频搜索的信息传递效率更高



传统图文搜索——127s

视频内容搜索——37s



图文+短视频搜索广告 VS 单一图文搜索广告

CVR转化率 **↑2.5倍**

数据来源：字节跳动



“图文+视频” 搜索广告效果更好

内容强激发

抖音随看随搜的环境

搜索强持续

用户搜后继续搜

信息强召回

搜索能够召回错失的用户

链路价值
品牌占位的收口

搜索实现用户主动意图的复现和必现



“看后搜”是内容生态下搜索的主流

看

57.74%

打开APP30秒后，先浏览后搜索

25.03%

打开APP30秒后连续搜索

17.23%

打开APP30秒内搜索

搜索动作

数据来源：字节跳动

搜索让品牌可以对用户随时随地“重现”

搜索复现



搜后即时咨询互动 短链直达经营场景

支持多种转化目标 优选最佳转化链路

多种转化目标

表单收集
电话拨打
在线咨询
微信加粉
.....

留资

获取用户手机
添加微信

转化

电话/微信确认意向
到访/上门服务
成交

一触即达 即时咨询



原生咨询助力线索 行业提效

48%

原生咨询对比其他线索
产品CTR*CVR提升

下探行业经营诉求 提升线索获客效率



+10%

30s接通率

+15%

线索有效性

一汽大众：布局搜索完善触达用户路径 有效提升转化

主动搜索+被动触达 提升用户触达

双端搜索竞价广告



主动搜索

信息流广告



被动触达



用户触达效率提升

+47%

搜索触达的用户占比

用户覆盖精准度提升

+69%

搜索竞价线索有效率

线索转化效率明显提升

+52%

成交率较常规广告提升

成交率提升趋势明显



常规广告

搜索直投



链路价值

品牌占位的收口

搜索是意向用户再触达的收口

需

用户对商业信息存在复现需求

供

搜索帮助意向用户找回错失的信息



废气处理方案
废气处理塔



✓

搜索即可获得品牌信息

以前打开抖音都是废气处理广告，
现在消失了，我是搜索进来的。

怎么联系，我找不到啊，有需求呢



✗

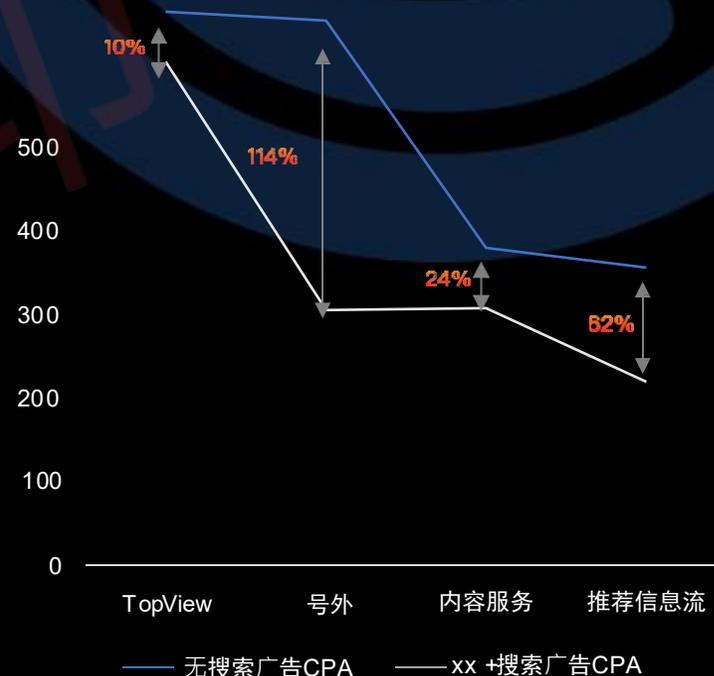
收口价值：长期占位，助力品牌高效召回用户

57%

今日头条和抖音的搜索用户中，有57%的用户看完30秒后有搜索行为

用户浏览到某品牌信息

🔍 有需求时--搜索复现



Part 02

部分客户效果展示

PPR管加盟行业

获客成本

171元

投放区域

全国

线索量

123条

投放时间

全天

消耗金额

21232元

上线时间

2023-4-6

部分商机数据

	姓名	电话	附加选项	站点名称
表单提交	申静	18003147		实业
智能电话	朱名	13939651		实业
表单提交	史进	15885791		实业
表单提交	招东	13813337		实业0423
表单提交	龚友	15981962		实业
表单提交	张征	18039156		实业0423
表单提交	刘	15176543		实业0423
表单提交	唐生	13650751		实业
智能电话	朱名	15342407		实业0423
表单提交	吴叶	18070469		实业
智能电话	朱名	13473000		实业
表单提交	武	13473000		实业
表单提交	王伟	18908591		实业

广告展示样式

广告搜索界面

视频播放界面

线索收集界面



投放案例



信息管理软件行业

获客成本 205元

投放区域 河南 武汉 上海

线索量 23条

投放时间 全天

消耗金额 4715元

上线时间 2023-5-4

广告展示样式



线索类型	姓名	电话
表单提交	李	15038013
智能电话	未	18804935
表单提交	常	13323735
表单提交	辛	13391019
智能电话	未	13103891
表单提交	李	13623714
表单提交	袁	18639342
表单提交	徐	18037312
表单提交	王	18137477
表单提交	任	13592590



开锁配钥匙行业

获客成本 75元

投放区域 苏州

线索量 80条

投放时间 全天

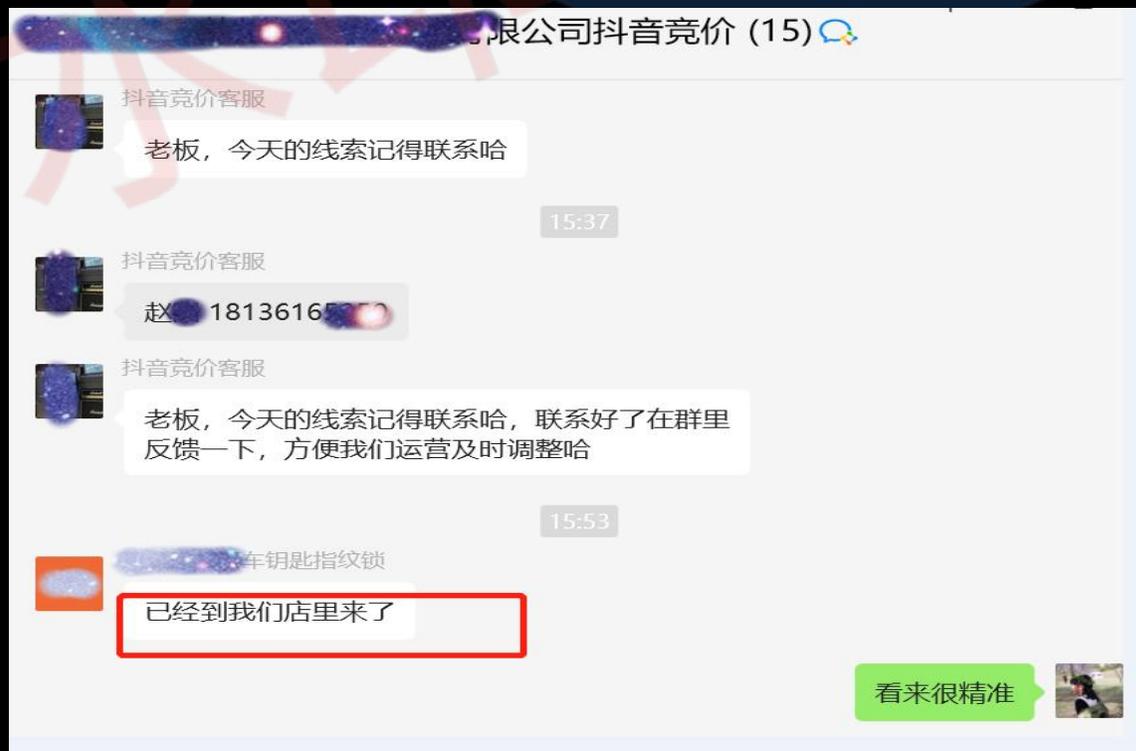
消耗金额 6000元

上线时间 2023-4-28

广告展示样式



线索类型	姓名	电话
表单提交	孙	13913794800
智能电话	未命名	18136165000
表单提交	赵	18136165000
智能电话	未命名	17601580455
智能电话	未命名	18262685008
智能电话	未命名	18580524507
智能电话	未命名	15132087908
智能电话	未命名	15950991205
表单提交	魏	15950991205
智能电话	未命名	18821249708
智能电话	未命名	13012824600
智能电话	未命名	17730456009



钢材厂家行业

获客成本 **67元**

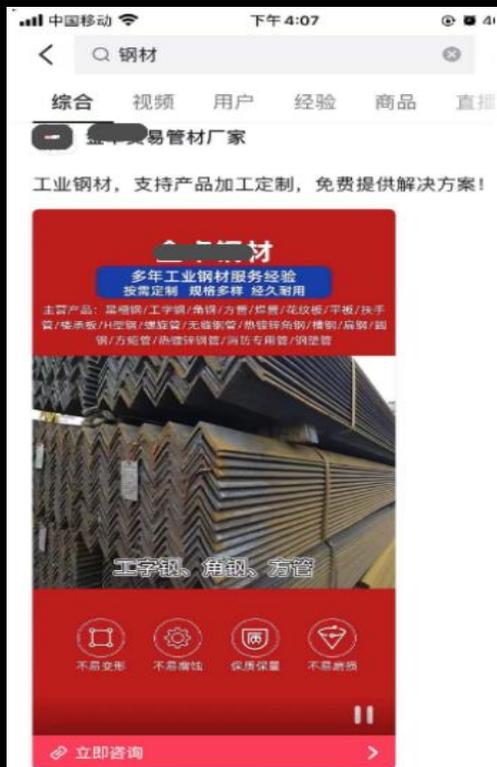
线索量 **10条**

消耗金额 **670元**

投放区域 **江浙沪**

投放时间 **全天**

上线时间 **2023-6-19**



线索类型	姓名	电话
智能电话	未命	1820182017
智能电话	未命	1585510015
智能电话	未命	1365179515
智能电话	未命	1365179515
智能电话	未命	1565790219
智能电话	未命	1565790219
智能电话	未命	1516177519
表单提交	张华	1832144115
智能电话	未命	1520514810
智能电话	未命	1811277517



合作流程

直客合作流程：

- 1：确认资质
- 2：签定合同对公打款
- 3：对接素材（活动主题或推广目的）的图片/视频和文字介绍
- 4：开通后台账号对接优化人员
- 5：进行文案与宣传页面的制作
- 6：确认文案与宣传页面
- 7：与优化组进行后期投放规划开始投放

合作政策

直客合作:

- 北上广深：10000充值开户+代运营服务费3800/年
- 代运营项目：2个推广视频+1个推广落地页+账户运营



THANKS
