

*仅供参考

B2B微信公众号运营策略

(参考 2023.11)



MarketUP——营销界的流程标准化与效率提升管理系统

添加小桃微信回复“学习”
加入MarketUP营销学习群

01 内容营销3步走

02 搜索价值：SEO思维

03 从运营到转化：多维度关注公众号数据



01

内容营销 3步走

- 利用搜索思维锚定价值内容
- 制定内容结构SOP，量化生产
- 多入口、多方式埋点，全方位锁客

利用搜索思维锚定价值内容



搜索思维的底层逻辑：找到用户的需求，然后创作相关的内容给平台，平台通过搜索引擎呈现给用户。

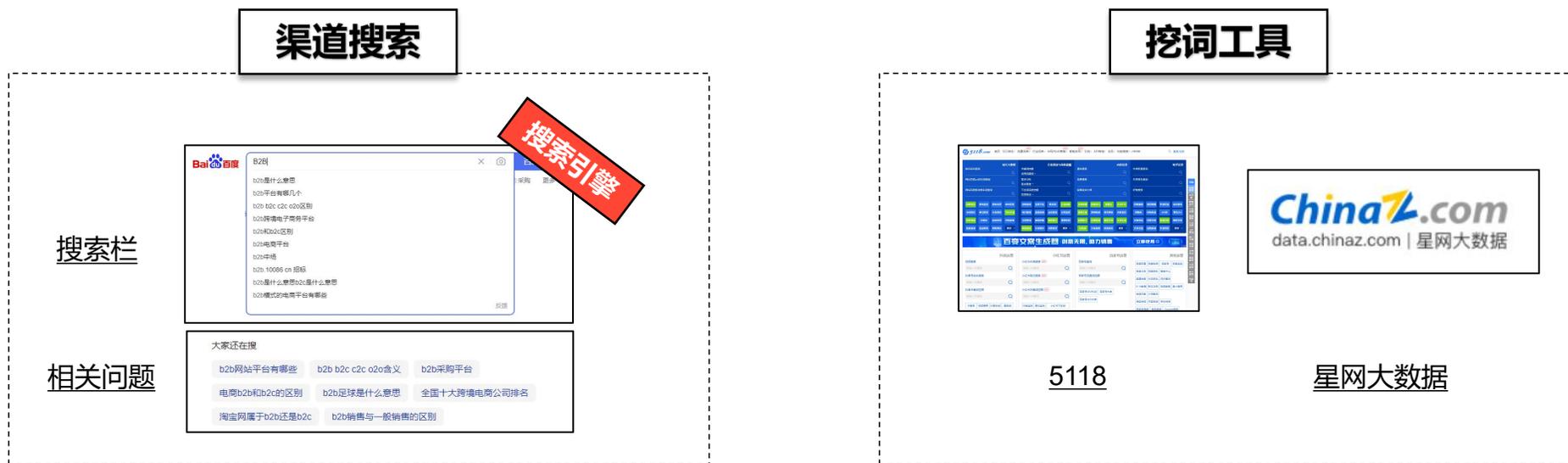
Q1

如何找到用户的需求?



Q2

如何让搜索引擎系统把我们的内容呈现给客户?



制定内容结构SOP，量化生产

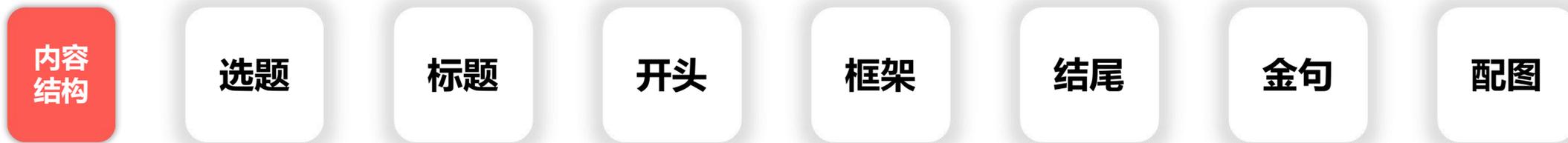


用户视角（写给谁）

品牌定位（谁在写）



建立内容标准，严格把控内容质量



多入口、多方式埋点，全方位锁客



常见埋点方式



活动报名



客服二维码



福利资料



价值社群

常见埋点位置

文章页

- “3-6-9”内容埋点，文章30%、60%、90%处

菜单栏

- 建议开3个一级菜单，视觉上较为协调
- 放置干货资料、社群服务等钩子
- 官网或小程序入口，构建营销通路

自动回复

- 企业简介
- 福利资料，建议用数字指代，减少用户获取的阻力

02

搜索价值 SEO思维

- 多点布局公众号搜索关键词
- 保持搜索权重——拥有良好账号状态
- 文章排名优化

多点布局公众号搜索关键词

Q1 如何找到用户的需求?

Q2 如何让搜索引擎系统把我们的内容呈现给客户?



公众号名称



公众号简介



菜单栏



自动回复

注：搜索引擎一般从左往右开始抓取，所以在条件允许的情况下，尽量把关键词布局在前面。同时，也避免堆砌关键词，会被判定为违规。

保持搜索权重——拥有良好账号状态



01

注册时长。注册时间越长越好。

02

公众号认证，政府 > 媒体 > 企业 > 个体

03

账号无违规。

04

内容质量，原创内容能带来更多权重。

05

垂直领域，越垂直越好，大而全，意味着什么也没有

06

发文频率，公众号持续更新，保持活跃，尽可能日更。

07

粉丝基础，基数越大越好，而且必须是活粉

08

互动率，点赞、转发、在看、留言、私信等情况

09

用户喜爱程度，比如标星的数量。

01

标题中将目标词放在左侧，标题至少在文章中出现2次，增加被平台收录和被用户搜索到的几率

02

正文开头100字左右、小标题、结尾100字左右

03

目标词密度，使目标词出现得自然而不是刻意堆砌

04

目标词加粗，尤其是在它第一次出现的时候

05

利用收录合集，可将核心词作为固定标签，文章主题作为不固定标签灵活添加

06

布局热点词，通过热点、话题营销借势

03

从运营到转化 多维度关注公众号数据

- 号内分析：流量、粘性、质量
- 结合MarketUP分析实际转化率

号内分析：流量、粘性、质量



流量来源分析

判断传播力

搜一搜

朋友圈

朋友在看

推荐

用户粘性分析

账号活跃情况

留言

私信

点赞

在看

常读用户数

内容质量分析

持续优化内容

单篇分享数 / 单篇阅读数%

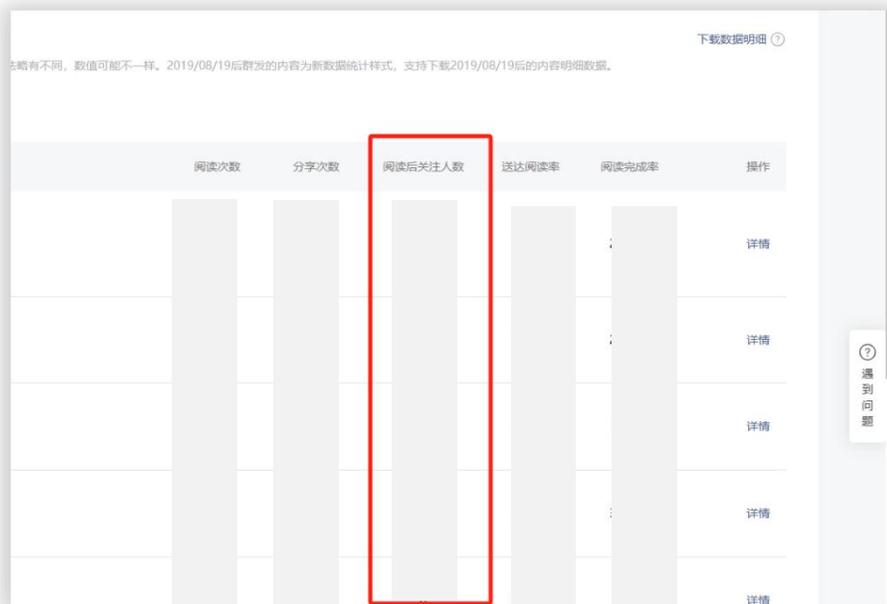
单篇关注数 / 单篇阅读数%

号内分析：关键数据指标

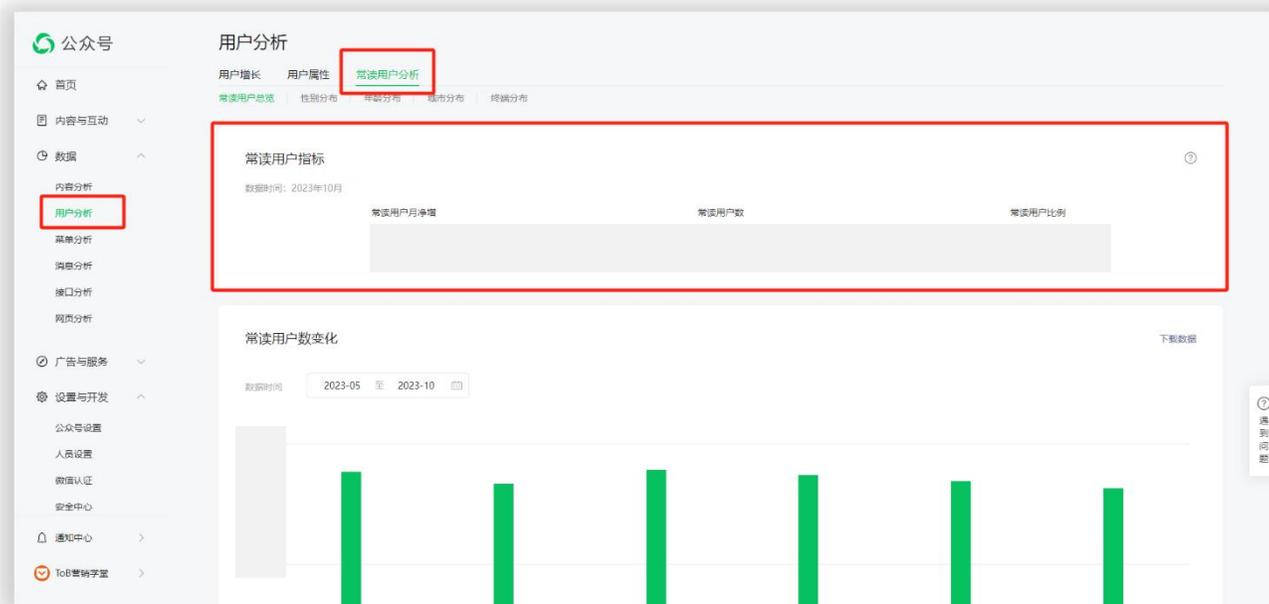


判断哪些内容真正让用户感受到价值，
相关内容可同时在其他渠道传播

公众号铁粉，判断账号粘性



阅读后关注人数



常读用户分析

号内分析：关键数据指标

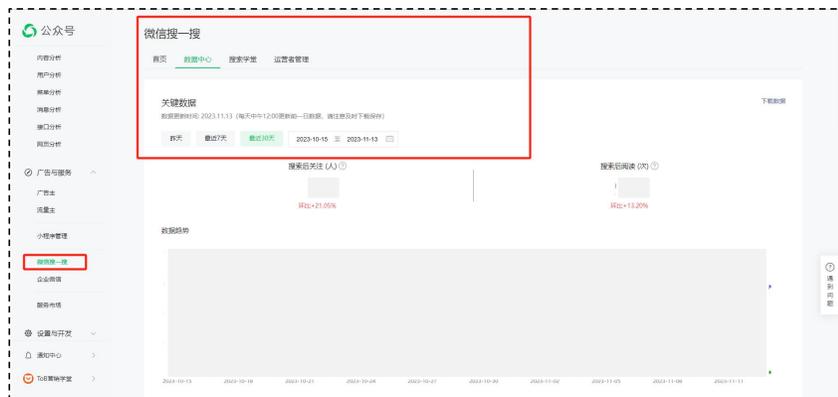


判断内容影响力，是否形成圈层传播



圈层传播指标

号内分析：“微信搜一搜”



公众号后台“微信搜一搜”入口

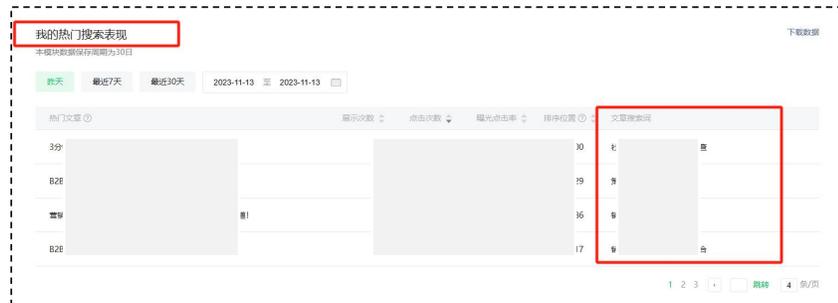


搜索后阅读

提炼关键词，分析用户感兴趣的话题

搜索后关注

积累品牌词



热门文章

用户感兴趣的话题

文章搜索词

作为词根放入话题库



MarketUP的不同之处：全渠道、全自主、全过程



一站式营销自动化聚合平台

目标挖掘

吸引 Attract

线索获取

获取 Obtain

客户运营

培育 Cultivate

客户转化

转化 Convert

用户搜索

- 官方平台 官网、微网站、APP、小程序
- 官方微信 公众号、订阅号、服务号
- 社会化媒体 朋友圈、微博、小红书、知乎、抖音、B站.....
- 搜索引擎 SEO、SEM
- 口碑传播 分享

企业推送

- 微信生态 公众号推送、模板消息、服务消息
- 企业名片 官方名片、销售名片
- 社会化媒体营销 KOL、媒体渠道、分享裂变..... 微博、知乎、小红书、百家号..... 视频号、B站、抖音、快手.....
- 内容营销 线上、线下营销事件策划
- 付费广告 线下媒体、搜索引擎、垂直平台

用户信息转化设计

浏览落地页

- 问卷表单 引导订阅
- 白皮书 自建站
- 内容营销 在线咨询
- 市场活动 线上直播

信息收集

线索管理

- 制定打分标准
- 沟通记录同步

线索分析

- 自动标签
- 线索评分
- 渠道来源

线索培育

行为记录

内容运营

内容管理

内容推广

- 内容群发
- 内容推送

内容留存

内容偏好

内容推荐

私域运营

- 社群运营
- 社区运营

客户分群

活动轨迹

效果分析



效果反馈支持 营销策略优化

效果反馈支持 营销策略优化

- 用户画像
- 行为轨迹
- 跟踪记录
- 沟通记录
- 客户需要



用户行为属性自动触发销售介入

一对一（销售跟踪）

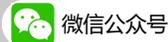
邮件跟踪、短信跟踪、微信跟踪、电话跟踪

有效客户

INBOUND&OUTBOUND

SCRM

CRM



THANKS FOR WATCHING

感谢您的关注

 <https://www.marketup.cn>

 milo@marketup.cn

 025-83780121



MarketUP



百格活动