



2023 AI+全域ABM营销白皮书



PART 01

“

FY23 中国ABM营销应用状况

”

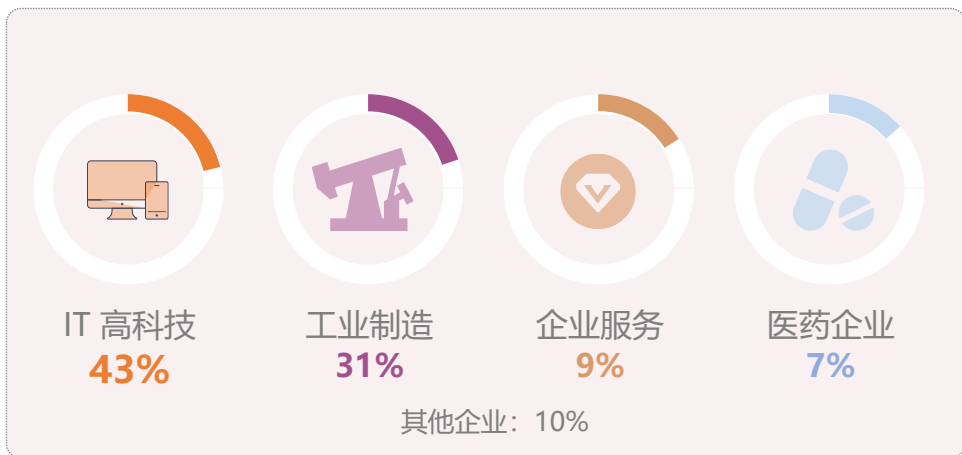
FY23 SalesDriver ABM 营销调研说明

ABM营销因其更短的销售周期，更高的成单价格，更高的投资回报比成为了近年来Marketer们开展营销，尤其是针对大中型企业客户开展营销的首选方式，也成为了企业寻求全新增长点的主要尝试途径

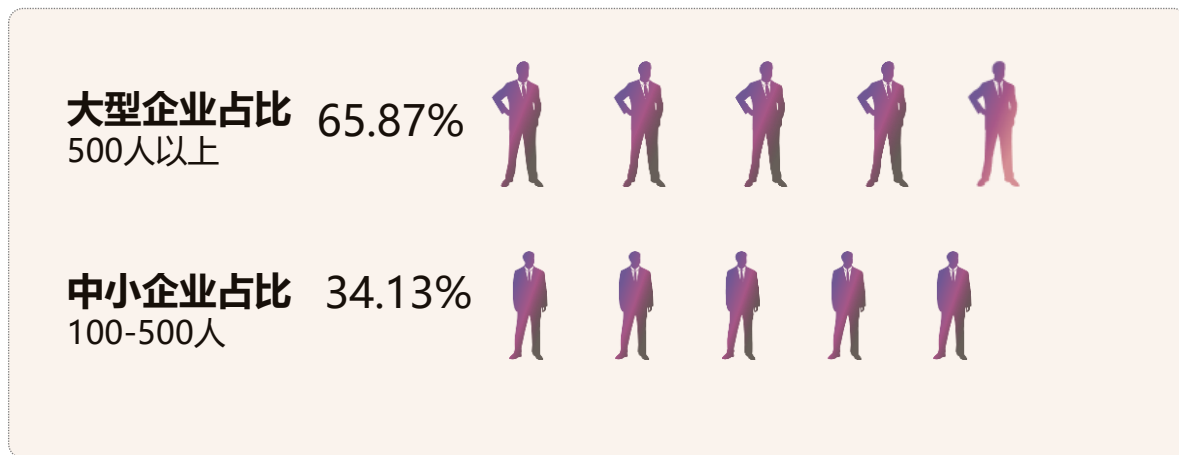
ABM营销是否真如描绘的那样美好？已实施过ABM营销的企业遭遇了哪些困难？Marketer们对于ABM营销又有着怎样的憧憬？未来2年内，企业如何借助ABM营销破解增长困局？

为了帮助您了解这个问题，SalesDriver针对行业内300余位CMO们进行调研和深度访谈，并撰写《2023 AI+全域ABM营销白皮书》，为广大的Marketer们答疑解惑，共赴增长

受访者行业分布



受访者企业规模



截止2023年仅有不足10%的国内企业实施过ABM营销

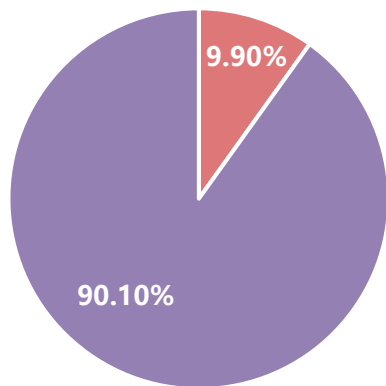
调研发现

截止2023年7月，国内企业当前营销自动化应用比例为**9.9%**

从行业看，高科技与工业制造行业的实施比例更高，分别占到了**31.03%**和**24.14%**

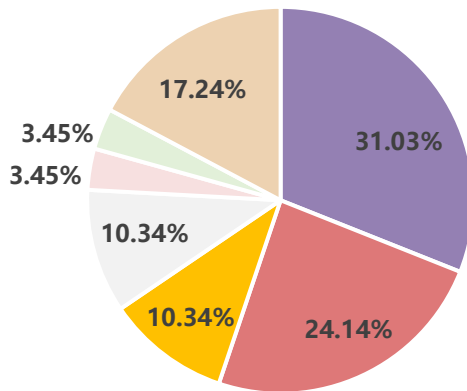
从规模来看，500人以上大型企业的实施比例高于中小型企业，达到了**51.72%**

是否开展过ABM营销



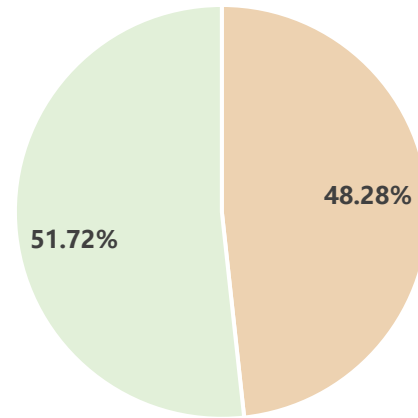
■ 是 ■ 否

不同行业企业实施ABM营销的占比



■ 高科技 ■ 工业及制造业 ■ 教育 ■ 企业服务 ■ 汽车 ■ 医药医疗 ■ 其他

不同规模企业实施ABM营销的占比



■ 中小企业 ■ 大型企业

更多企业当前的ABM营销投入较低，以尝试为主

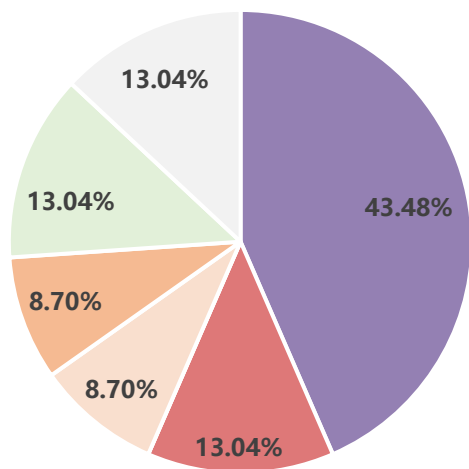
调研发现

更多企业ABM营销投入较低，10万以内投入占比**43.48%**

从行业看，**高科技、工业制造、汽车行业**的高营销投入占比更高

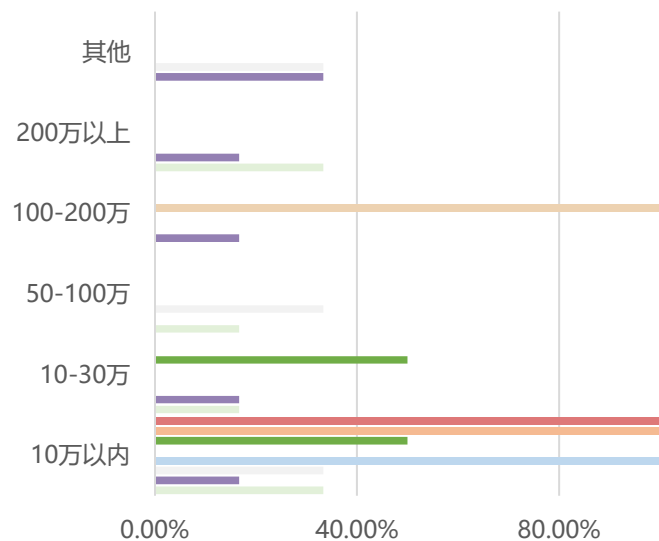
从规模来看，大型企业投入更高，**100万以上投入占比达到40%**，中小企业有**69.23%**投入在**10万元以下**

ABM营销项目投入



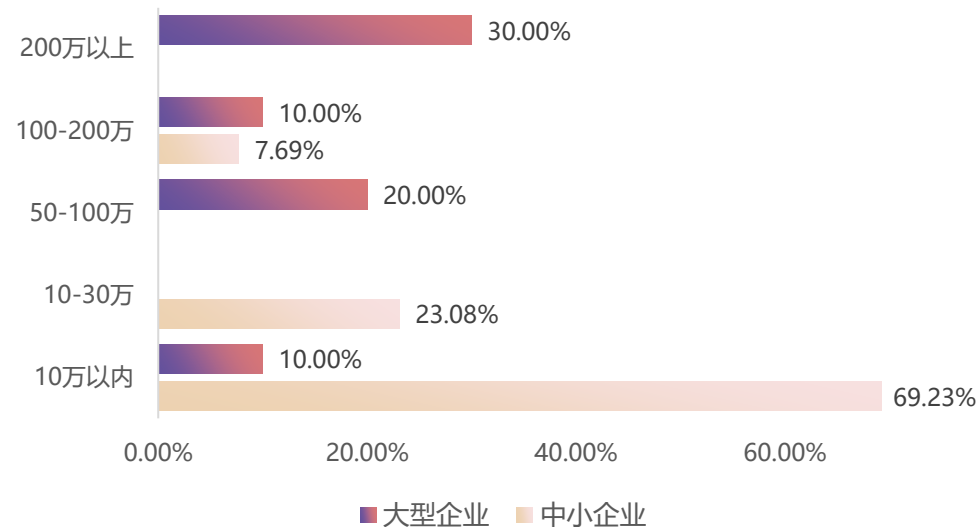
■ 10万以内 ■ 10-30万 ■ 30-50万 ■ 50-100万
■ 100-200万 ■ 200万以上 ■ 其他

不同行业投入占比



■ 医药医疗 ■ 汽车 ■ 企业服务
■ 其他:软件 ■ 其他:教育 ■ 工业及制造业 ■ 高科技

不同规模投入占比



■ 大型企业 ■ 中小企业



56%已开展ABM营销的企业对效果满意

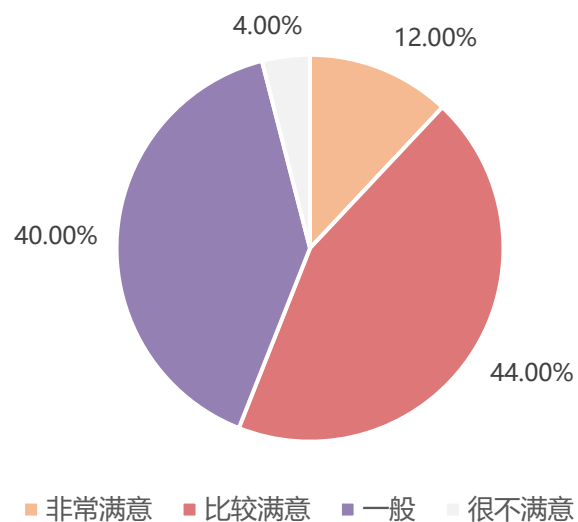
调研发现

对ABM营销效果较满意的企业达到了**44%**，而对效果非常满意的企业达到了**12%**

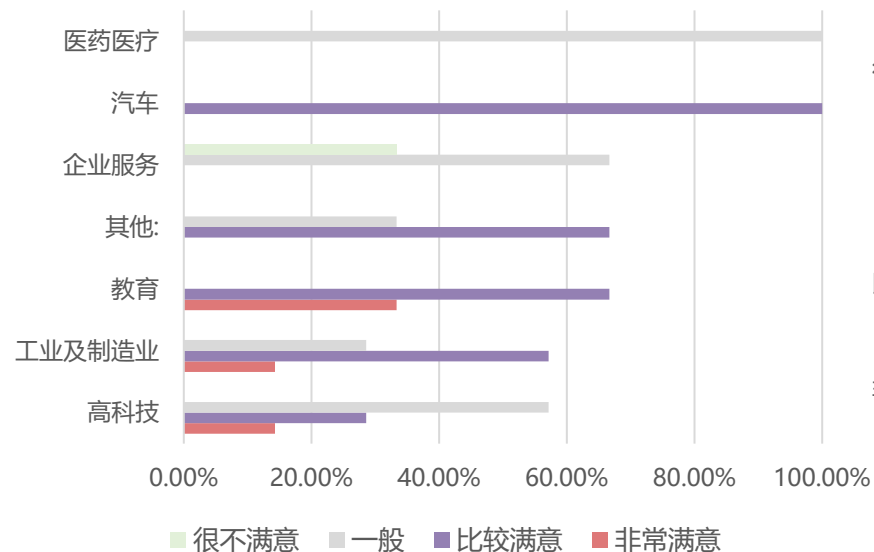
从行业看，高科技、工业制造、教育行业对ABM营销的满意度更高

从规模看，**67.67%**的大型企业对ABM营销的效果满意

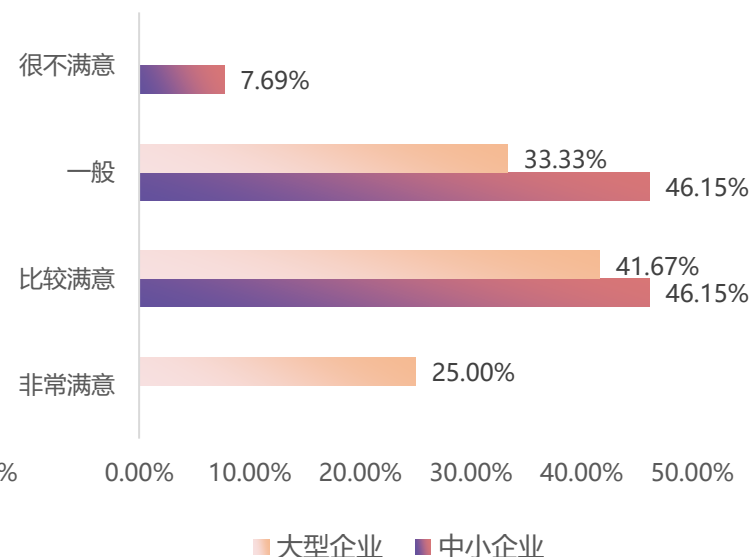
ABM营销效果满意度



不同行业效果满意度



不同规模效果满意度

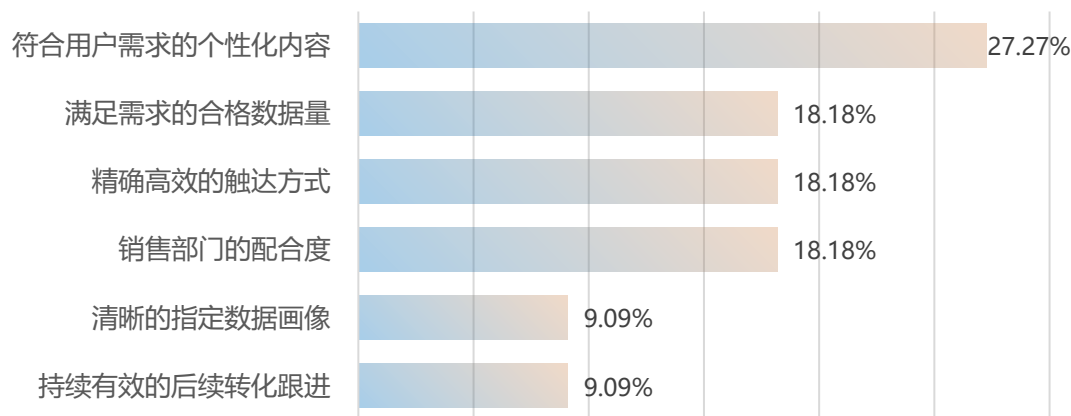


Marketer眼中，个性化内容是成功执行ABM营销更重要的环节

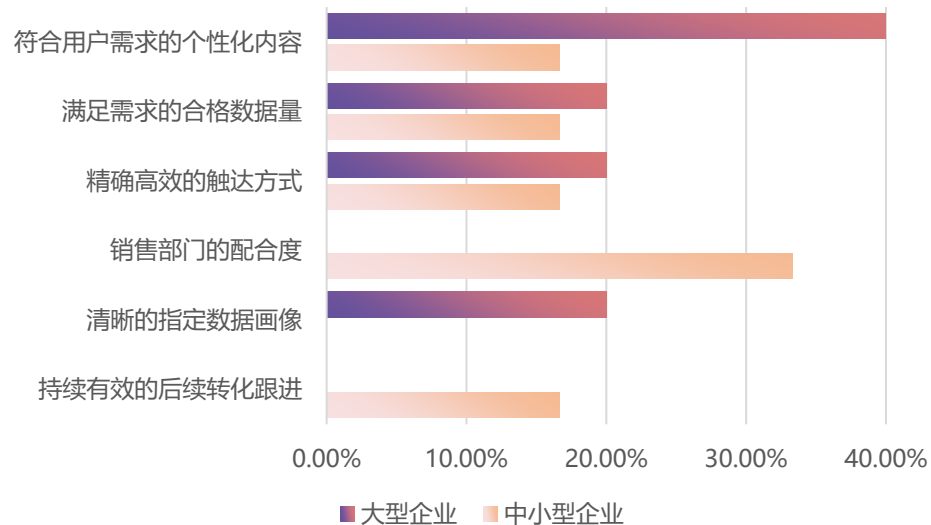
调研发现

27.27%已执行过ABM营销的企业Marketer认为，个性化内容是他们在执行ABM营销时认为更重要的环节，内容个性化直接影响到ABM营销项目的转化率；中小企业Marketer认为执行中更重要的环节来自于销售部门的配合度，占比超过**33%**

执行ABM营销项目过程中最重要的环节



不同规模企业最重要环节对比



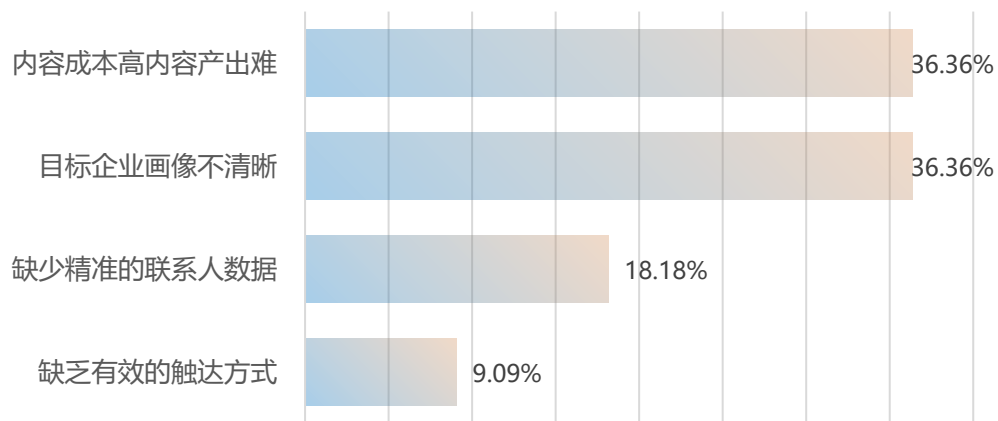
内容产出与目标企业画像不清晰成为开展ABM营销过程中最大的阻碍

调研发现

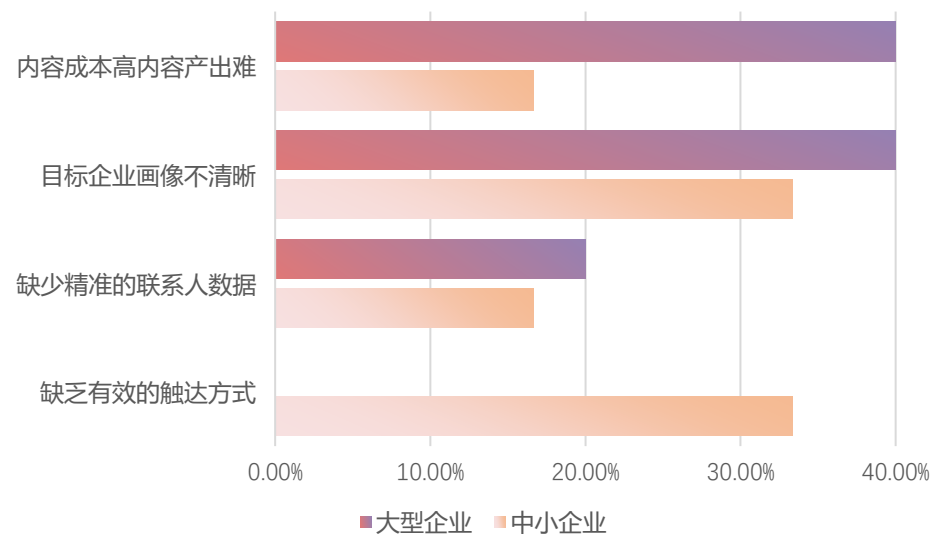
超过**36%**的企业Marketer认为他们在执行ABM营销过程中，**内容产出与目标企业画像不清晰**成为了他们最大的阻碍

从规模上看，大型企业遇到的阻碍更多是**内容产出和目标企业画像不清晰**，中小企业遇到的更多阻碍是**目标企业画像不清晰与缺乏有效触达方式**

执行ABM营销项目过程中遇到的阻碍



不同规模企业的阻碍对比



Marketer们的触达更多集中在传统渠道及私域渠道

调研发现

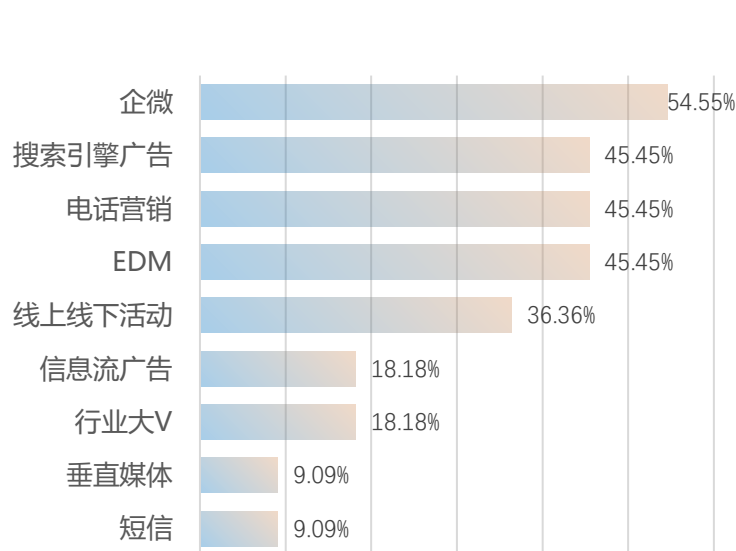
ABM营销主要使用的触达渠道为企微，搜索引擎广告，电话营销，EDM，以及线上/线下活动

54.55%的企业Marketer采用企微开展ABM营销触达（包含企微和企微群），搜索引擎广告、电话营销、EDM的应用比例同样达到了**45.45%**，

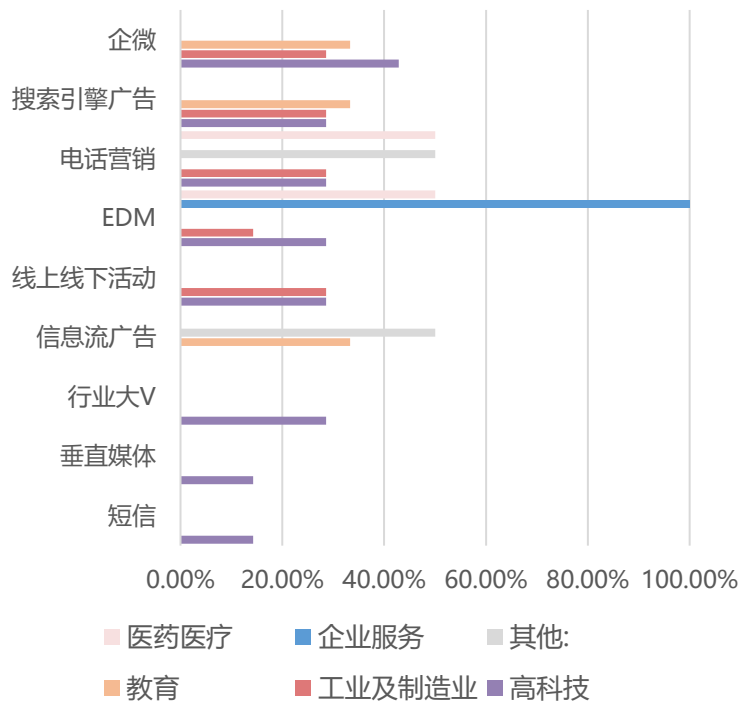
从行业上看，**高科技**和**工业制造行业**使用了更多维度行业触达渠道，分别为**8种及5种**

从规模上看，大型企业更重视**企微**，注重与销售的协同；中小企业更重视**电话营销**，注重短期产出转化

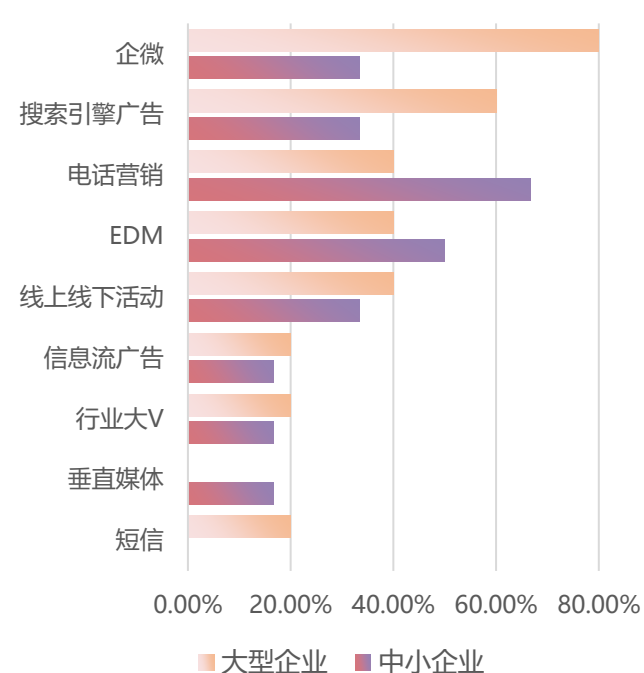
执行ABM营销项目中使用触达渠道



不同行业触达渠道对比



不同规模企业触达渠道对比



触达与数据成为了Marketer们未来继续开展ABM营销的主要优化目标

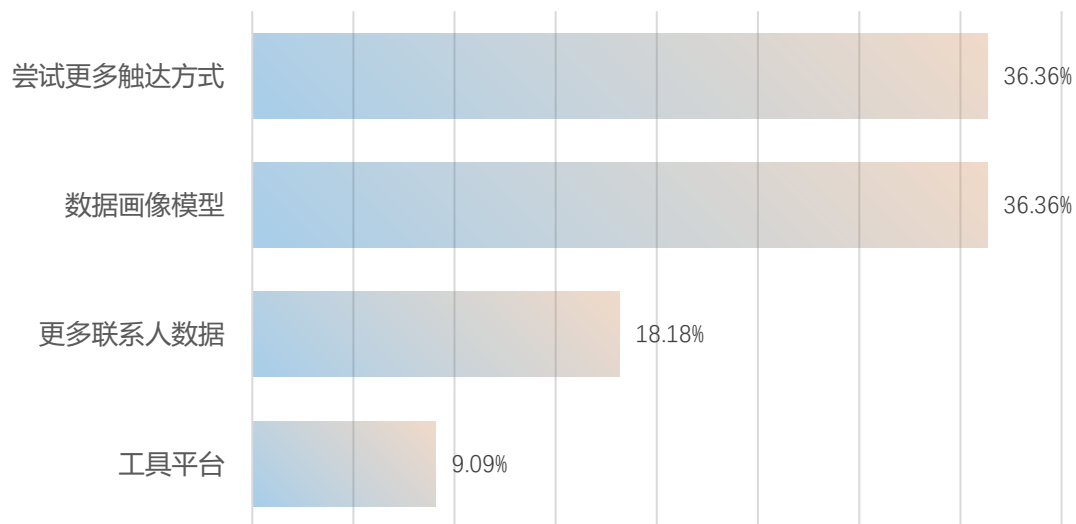
调研发现

36.36%的企业Marketer希望在未来的ABM营销项目中**尝试更多触达方式**，以及**优化数据画像模型**

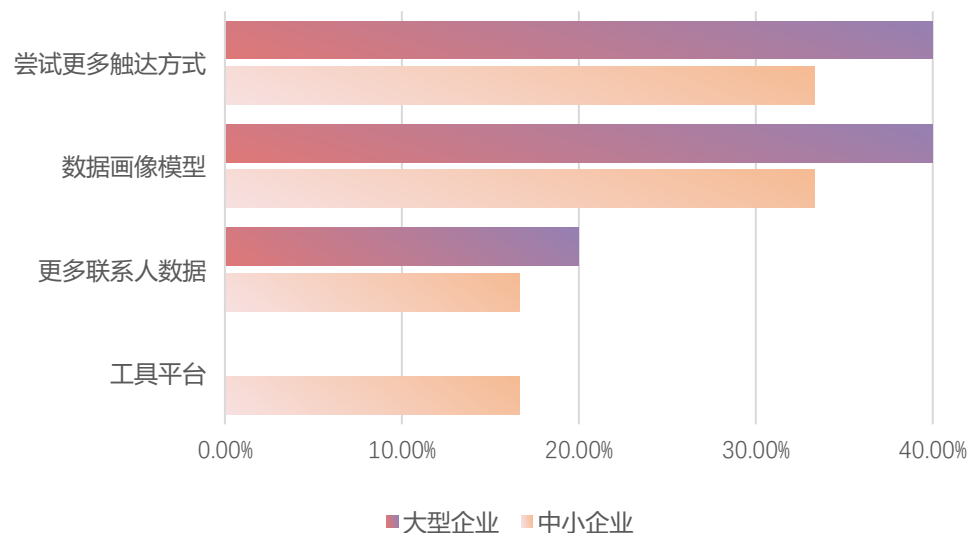
从规模上看，大型企业主要优化目标集中在**数据画像模型优化与触达渠道优化**

部分中小企业对于开展ABM的**工具平台**有相应的优化需求，表明部分中小企业对ABM的理解偏重于购买平台，而非整体解决方案

未来的ABM营销项目中首要优化方向



不同规模企业优化方向对比



20%+ 企业在未来两年内有实施ABM营销的计划

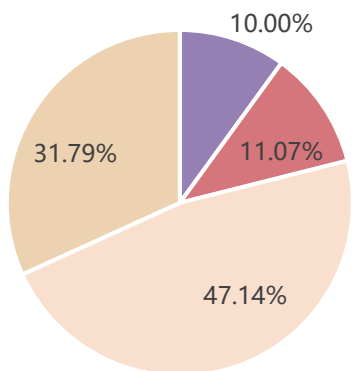
调研发现

21.07%的企业有着在接下来的1-2年内实施ABM营销的计划

从行业来看，工业制造、高科技、医药医疗、汽车行业有执行计划的占比更高

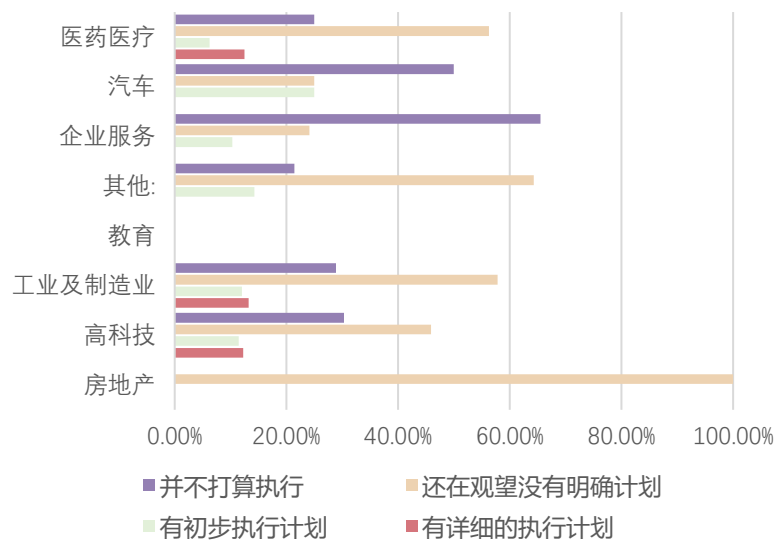
从企业规模来看，大型企业拥有执行计划的占比更高，达到了**23.12%**

在未来1-2年内实施ABM营销的计划

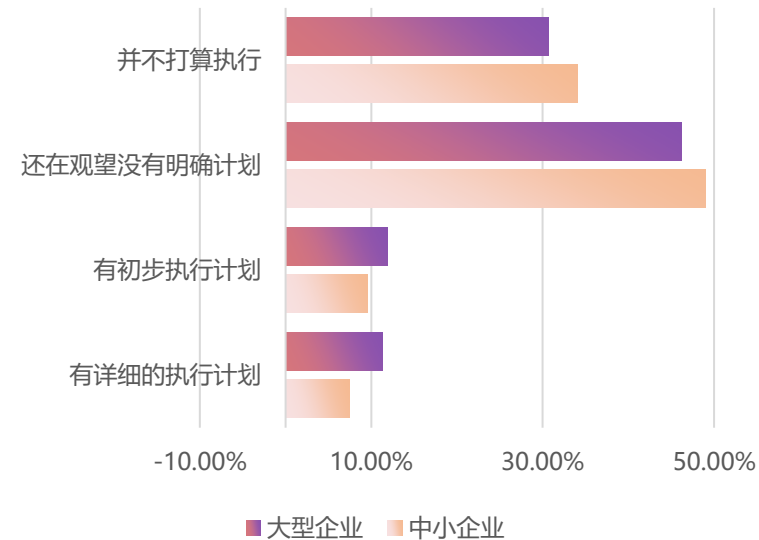


- 有详细的执行计划
- 有初步执行计划
- 还在观望没有明确计划
- 并不打算执行

不同行业开展计划对比



不同规模企业开展计划对比



未来1-2年内，企业ABM营销依然以较低预算投入的尝试为主

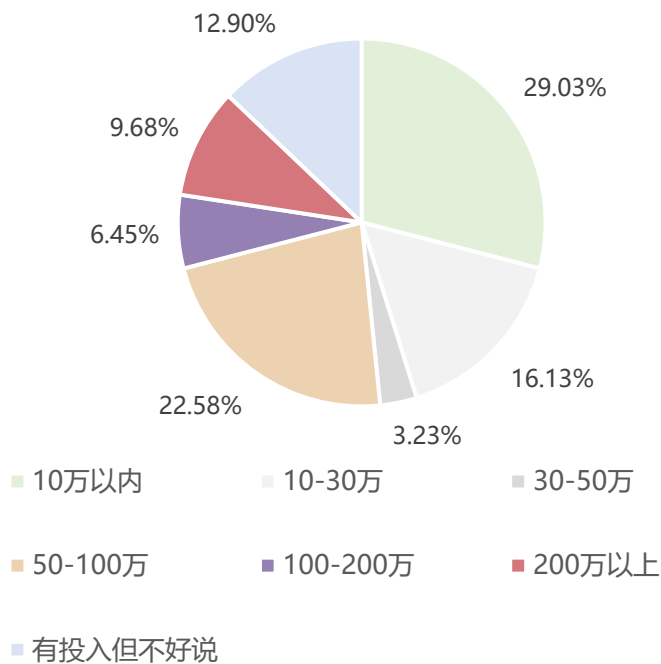
调研发现

未来1~2年企业在ABM营销项目投入平均预算为**47万**，其中大型企业平均预算为**83万**，中小企业平均预算为**25万**

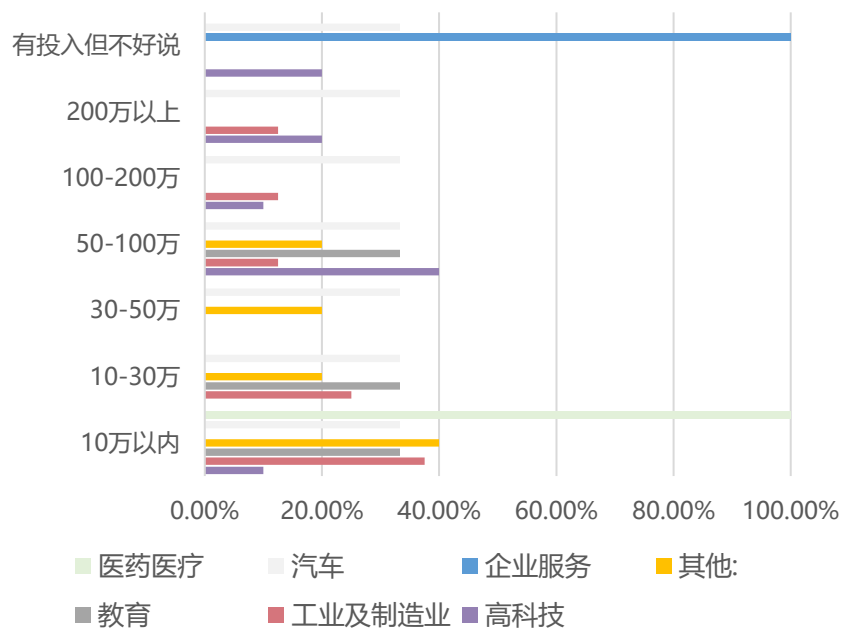
45.16%企业未来1-2年内计划投入ABM营销的费用在30万以下，预算较低，大型企业ABM营销的高投入预算占比更高，达到了**23.12%**

从行业来看，**工业制造、高科技**行业在ABM营销领域的高投入预算占比更高

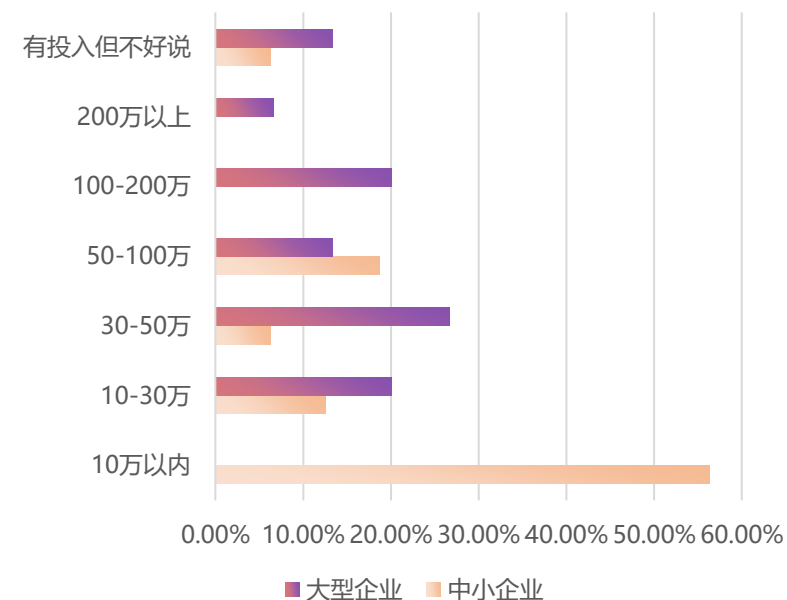
在未来1-2年内ABM营销预算



不同行业预算对比



不同规模预算对比



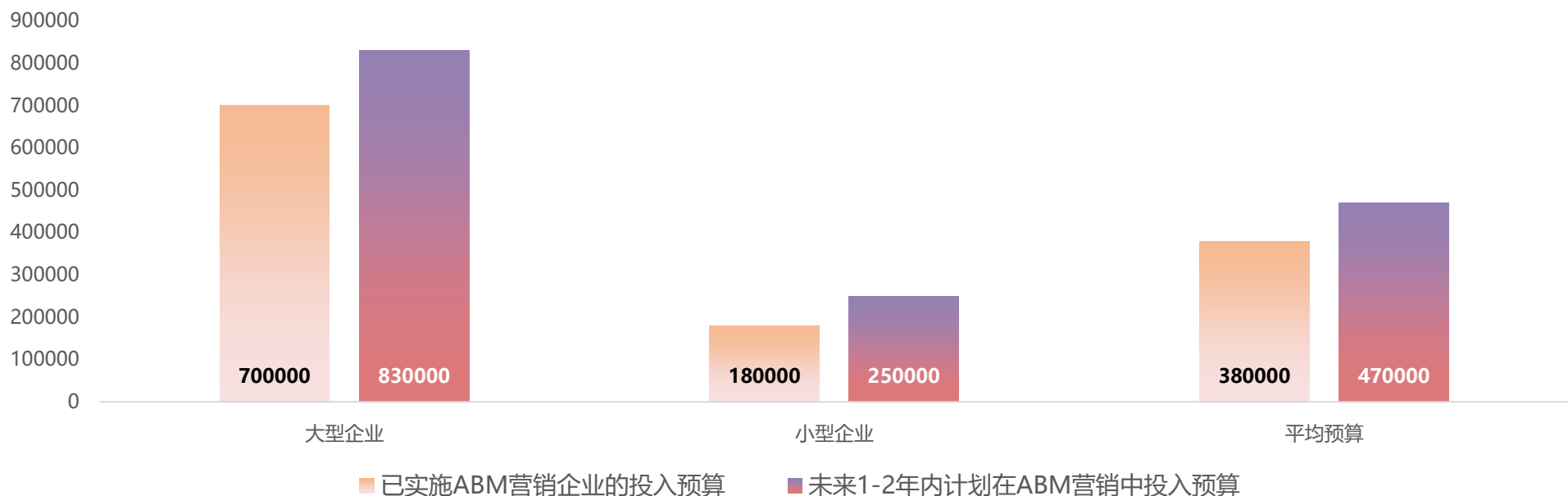
未来1-2年企业在ABM营销的投入普遍有小幅度的上涨

调研发现

市场整体对ABM营销依然充满希望，未来1-2年间，平均投入预算涨幅达到**23.68%**

其中中小企业涨幅更高，达到了**38.89%**

大型企业本身投入预算基数较高，涨幅较低，为**18.57%**



数据是未执行过ABM营销的Marketer们在未来最担心的环节

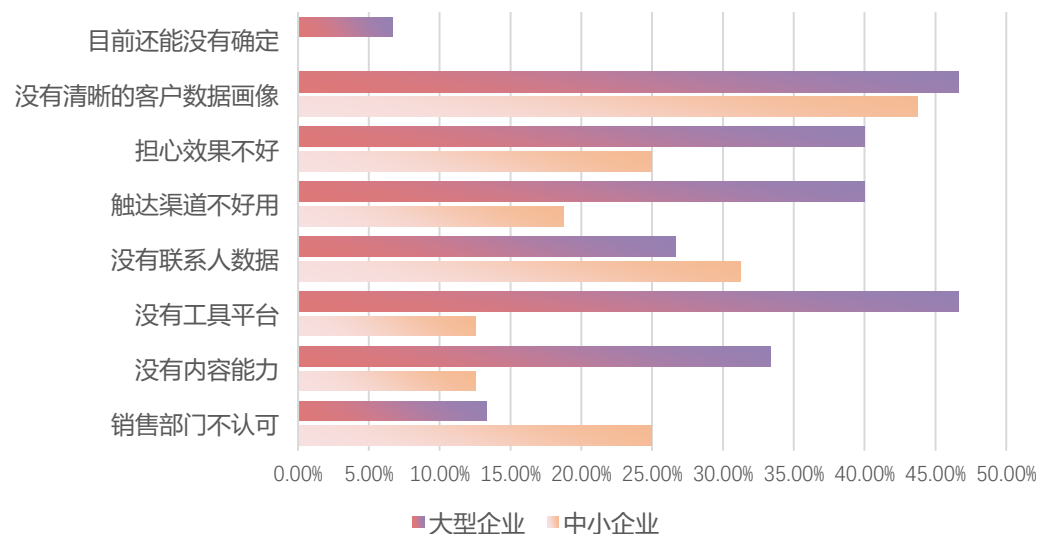
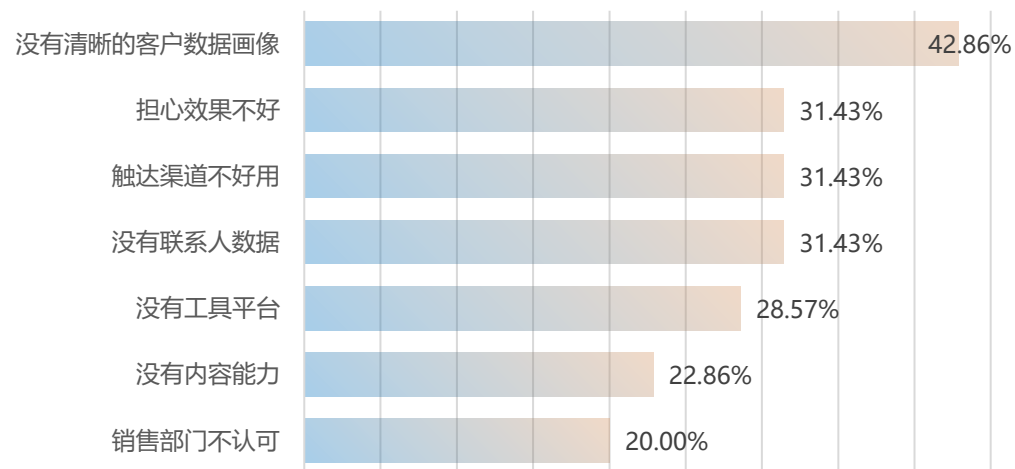
调研发现

42.86%的企业Marketer担忧未来执行ABM营销的过程中，没有清晰的**客户数据画像**

从规模上看，大型企业主要关注点除了数据以外，更多集中在可以提升ABM营销效果的**工具平台**及**触达渠道**

中小型企业除数据以外，更多关注**效果**和**销售部门的认可度**

如果接下来实施ABM计划，您比较关注或者担忧哪些方面？

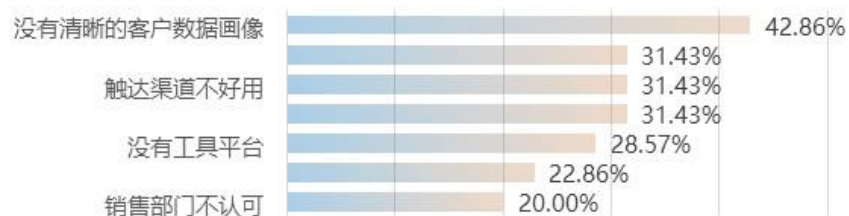


跟随项目的推进，ABM营销的重点从数据调整到内容，再到触达渠道，逐步优化

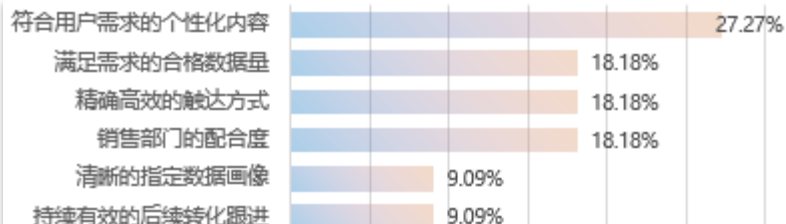
调研发现

在还未实施ABM营销的Marketer们眼中，**数据**作为ABM营销开展的首要条件，也是他们最担心的环节
然而在已实施过ABM营销的Marketer们眼中，**内容**最重要，而下一步优化重点为**触达渠道**

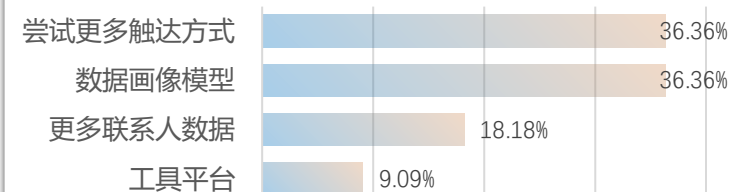
计划实施ABM营销的Marketer所担忧的环节



已实施ABM的Marketer们眼中更重要的环节



已实施ABM的Marketer们未来优化方向



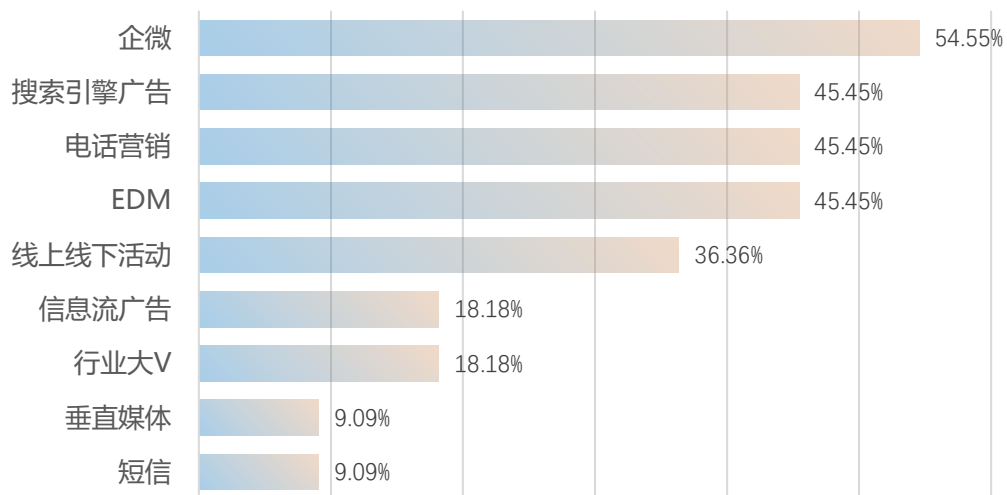
但真正的实施过程中，当前更多企业选择的依然是更为传统的私域触达渠道

调研发现

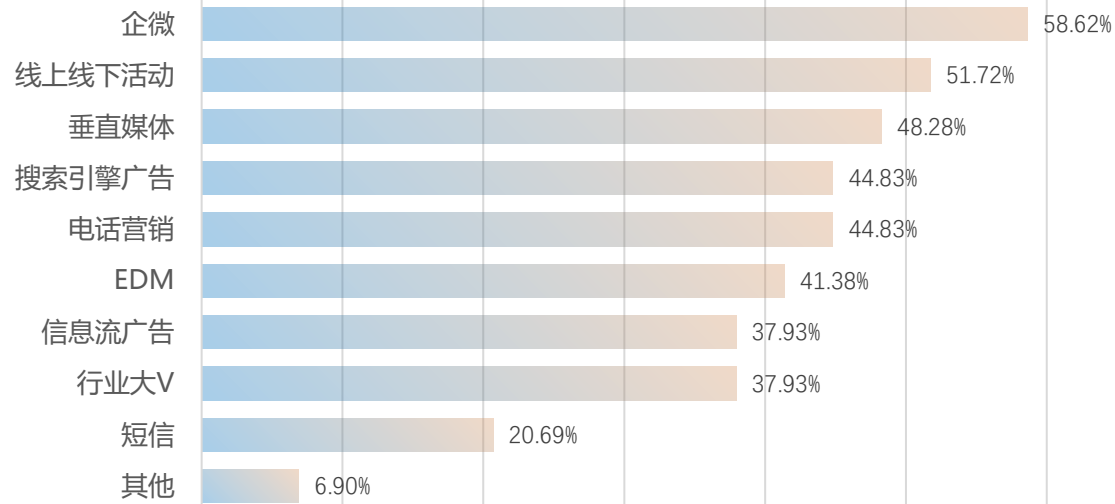
当前，私域渠道依然是Marketer们的主要触达渠道

未来1-2年，**社交媒体以及信息流广告**将是下一个被寄予厚望的公域触达渠道。

已实施ABM营销的Marketer所使用的触达渠道



计划实施ABM营销的Marketer期望的触达渠道



PART 02

“

FY23 ABM营销挑战与机会

”

FY23 ABM营销面临的挑战



数据准确难

- 缺乏准确、完整、及时、全面的**客户数据**;
- 无法准确识别出合适的目标客户、**有效分析洞察客户特征、客户需求、场景**, 导致预算浪费和效果不佳;
- **找不到精准目标客户**



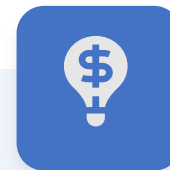
内容产出难

- 难以根据不同目标客户的需求、**痛点和兴趣, 提供满足定制需求的个性化内容**, 以至于影响营销效果



触达难

- 触达成本高
- 无法有效整合多个渠道, 与目标客户进行互动, **发挥多渠道、多频次、个性化的营销效能优势**



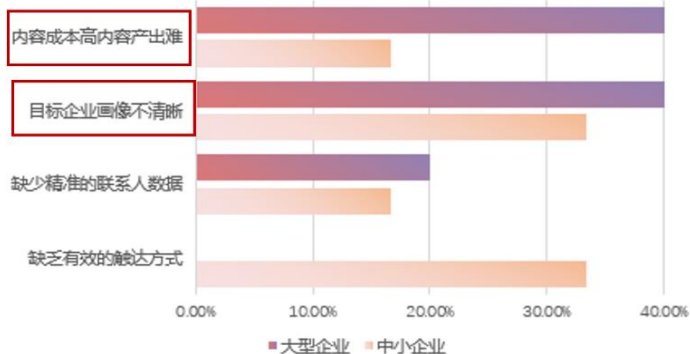
工具平台选择难

- 营销工具平台众多, **如何选择适合自己的平台**
- 如何利用工具平台**更加高效地实施和管理ABM项目**

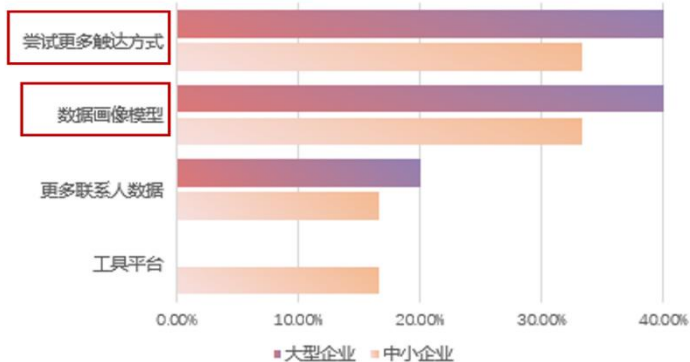


面向大客户的ABM营销面临的挑战

不同规模企业ABM实施中面临的阻碍



不同规模企业ABM实施中希望优化的方向



数据来源: FY23 SalesDriver ABM 营销调研报告

客户洞察

客户洞察不够准确, 缺乏完善的客户画像, 不足以支持ABM营销中后续的个性化内容需求

触达覆盖

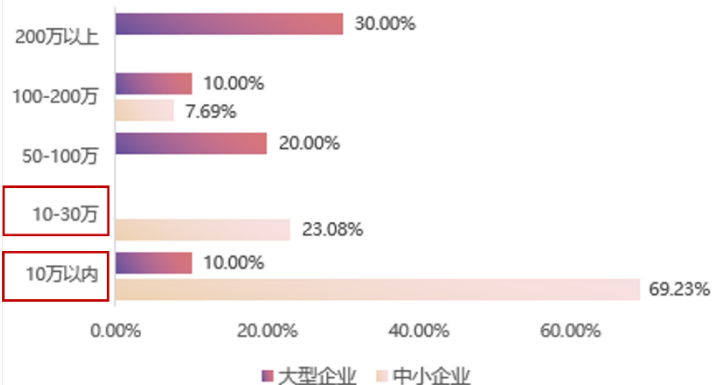
信息到达关键联系人的覆盖不够, 不能有效实现信息触达, 不利于后期实现有效孵化

内容个性化

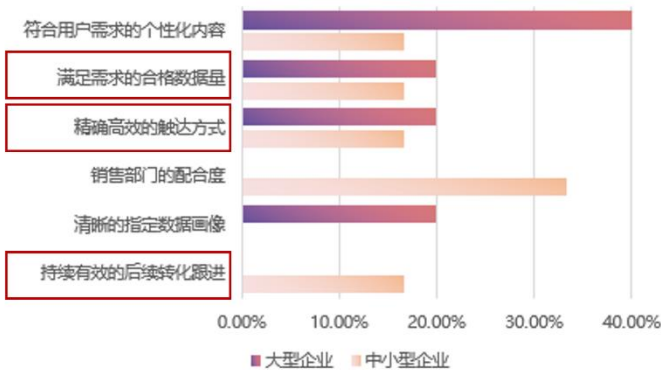
内容个性化成本高, 对用户洞察与了解不足难以支持个性化内容产出, 导致内容个性化效果差

面向中小型客户的ABM营销面临的挑战

不同规模企业实施ABM投入占比



不同规模企业实施ABM中环节的重要性占比



数据来源: FY23 SalesDriver ABM 营销调研报告

客户筛选

全国5200万中小企业,数量庞大,需要从中精准筛选出符合ABM项目的有效目标客户

预算控制

目标客群体量较大,整体覆盖营销预算过高;中小企业平均客单价偏低,导致企业的预算承受能力偏低

客户转化

品牌对中小客户市场的期望普遍是快速转化,缺乏孵化耐心和投入



面向大客户的ABM

数据洞察

- 有指定目标企业，但是缺乏准确、完整、及时、全面的**客户数据**；
- 不能**实时更新**客户画像，无法**有效洞察**客户特征、客户需求、场景；
- 不利于构建针对目标客户的**个性化**营销策略



面向中小客户的ABM

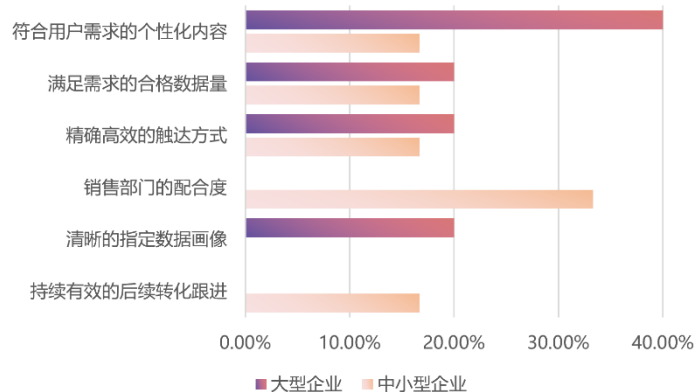
数据筛选

- 中小客户目标体量大，变量大，缺乏多维、动态、系统的**客户数据**；
- 无法准确识别出**符合要求的目标客户**，可能**错过潜在客户**；
- 客户筛选过于宽泛，**导致转化率低**

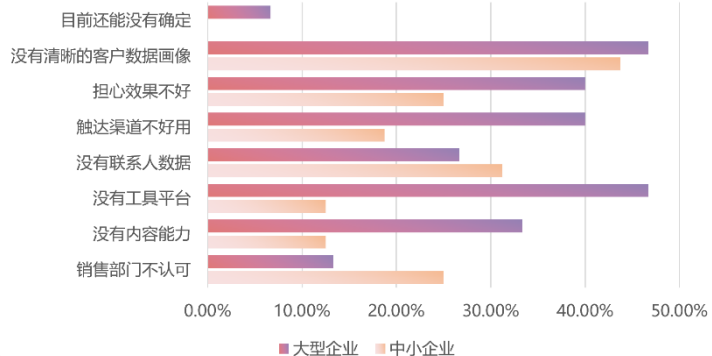


FY23 ABM营销内容层面的挑战

已实施ABM比较重要的环节



未来实施ABM比较担心的环节



数据来源：FY23 SalesDriver ABM 营销调研报告

内容产出难

从用户购买旅程初期到成交，需要产出大量符合各阶段需要的内容

产出成本高

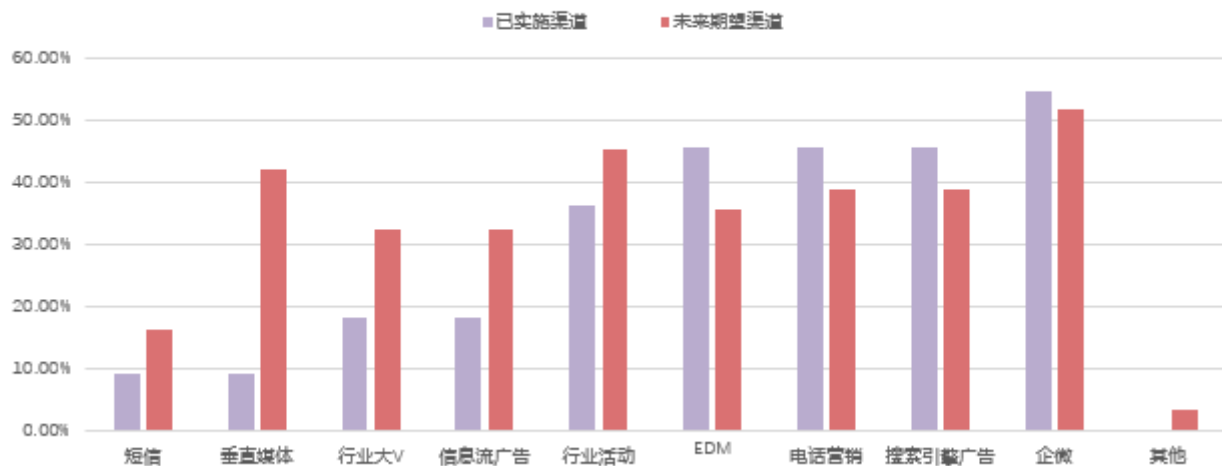
白皮书、EDM、微信推文、短信、信息流等，不同触达渠道有不同内容需求，成本更高

个性化难度高

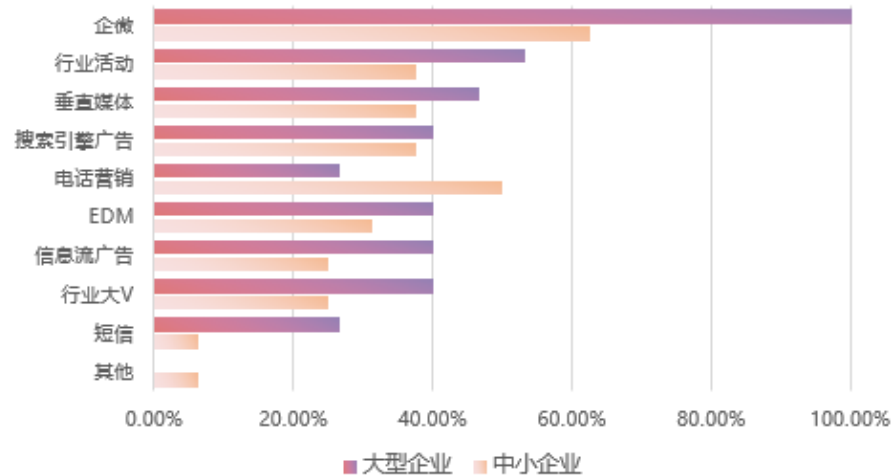
需要针对不同阶段、行业、规模、职位的用户产出个性化内容，难度极高

FY23 ABM营销触达层面的挑战

企业对ABM营销中触达渠道的选择



不同规模企业在ABM营销中触达渠道的选择对比



数据来源: FY23 SalesDriver ABM 营销调研报告

多渠道融合

- 用户未来希望选择的触达渠道与之前实施中选择的渠道不尽相同;
- 触达渠道效果是有变化的, 多渠道融合才能紧随变化, 达到更好的效果。

差异化触达

- 不同价值企业需要差异化的触达组合以到达最佳营销效果和效率;
- 不同联系人有不同的触达渠道偏好

2023年爆发的AI将给数字营销带来新的机会



数据分析

分析: 快速、准确地分析大规模的数据，更好的理解市场和客户

预测: 建立预测模型，预测用户行为和市场走向，为营销决策提供科学依据



个性化触达

精准: 分析用户的兴趣、喜好和购买倾向，进行更加精准的广告触达

优化: 通过效果跟踪，提供实时优化建议，提高广告的点击率和转化率

自动化: AI工具可以在用户购买阶段变化时自动更换触达内容



内容个性化

生成: 可以通过自然语言处理和机器学习等方法，自动生成高质量的内容

个性化: AIGC工具可通过个性化所需信息快速、批量完成个性化内容产出



智能客服

智能问答: AI技术用于客服领域之后，能够更快、更准确的回答客户问题

知识库: 根据知识库获取用户问题,智能生成回复文本



AI将给ABM营销带来新的机会

聚焦客户，降低成本，提高转化

数据优化

AI利用机器学习和数据分析技术，可以处理大规模的客户数据，对ABM营销带来以下帮助：

- 使用AI建模实现更精准、更完整的ABM营销数据推荐
- 使用AI建模帮助企业完善目标数据用户画像

降低成本，提高个性化，提高转化

内容优化

- AI可以通过建模帮助企业理解用户内容偏好，提高个性化内容效果
- AIGC工具可以帮助企业降低个性化内容产出难度，提升产出速度，降低内容产出成本
- AI可以监控内容效果，进行A/B测试，保障ABM营销内容持续高效

提高个性化，降低成本，提高转化

触达优化

- AI可以通过建模帮助企业判断目标数据的价值，让企业可以构建差异化的触达策略，降低成本
- AI可以监控各渠道触达效果，并对触达效果进行分析，调整、优化触达策略，提升效果



PART 03

“

AI + 数据优化

”

当前通用数据提取方式及利弊



优势

1-画像提取
简单清晰

2-指定名单
可快速响应



当前数据提取方式

1-画像提取
明确覆盖的行业
明确适合的企业规模
明确覆盖的地域

2-指定名单
销售指定的客户名单



不足

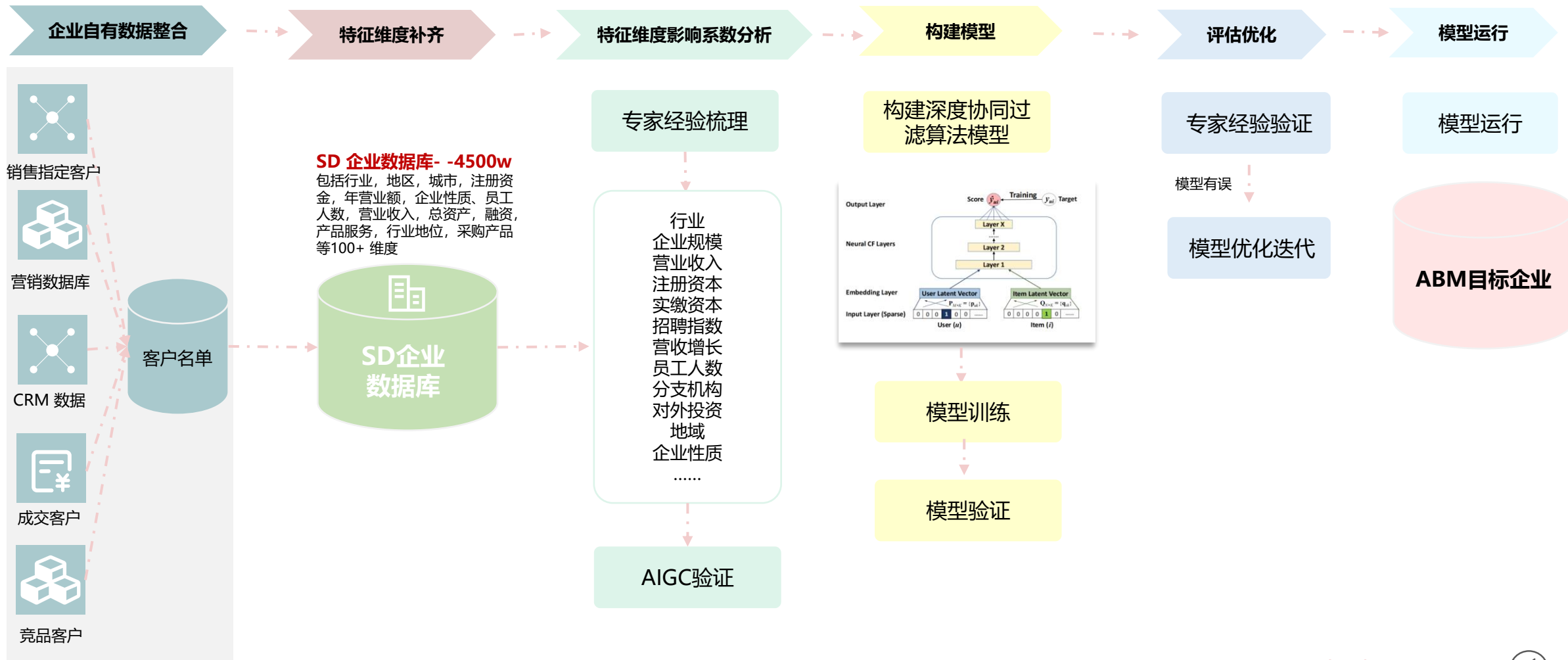
1-画像提取
数据筛选过于宽泛
缺乏细分，难以平衡覆盖和预算
基于共性提取，会漏掉细分市场

2-指定名单
提取过窄，可能遗漏优质潜在客户



基于企业数据，借助AI构建客户筛选模型筛选目标企业

使用已有数据作为基础，利用AI主导的目标客户筛选模型筛选合格的目标客户，推荐到企业ABM营销数据名单



某知名IT网络硬件厂商精准挖掘全国400,000+中小企业作为ABM营销目标数据

面临挑战

该企业渴望针对全国的制造、零售、物流、金融、高科技、游戏等行业中小企业开展ABM营销，但难以找到对解决方案有切实需求的**明确企业**，大面积覆盖触达又容易造成过高的浪费



解决方案：使用企业客户数据作为数据样本，借助AI搭建客户推荐模型，精准锁定目标企业

Step1 样本数据准备与维度补齐

该厂商提取过往成交客户10000条，对产品 & 解决方案有需求的MQL20000条，作为样本数据

将样本数据导入SalesDriver数据库，并通过SalesDriver数据库对剩余行业、企业规模、企业营收、分支机构、地域、企业性质等维度进行补齐

Step2 专家+ AIGC锁定判定维度

专家梳理相关维度：SalesDriver专家基于经验梳理出**行业、职位信息、企业规模、企业营收、企业性质、营收增长**等50+个可能影响解决方案兴趣的数据相关维度

AIGC相关维度准确度判定：将样本数据、50+个相关维度**交由AIGC工具进行相关性验证与判定**，确认20+个可以确认相关性的判断维度

Step3 建立推荐模型挖掘潜在目标客户

基于已判断的相关性维度，建立客户推荐模型，基于SalesDriver的4500万+数据库，最终挖掘出相似度大于**85%**的**中小企业400,000家**

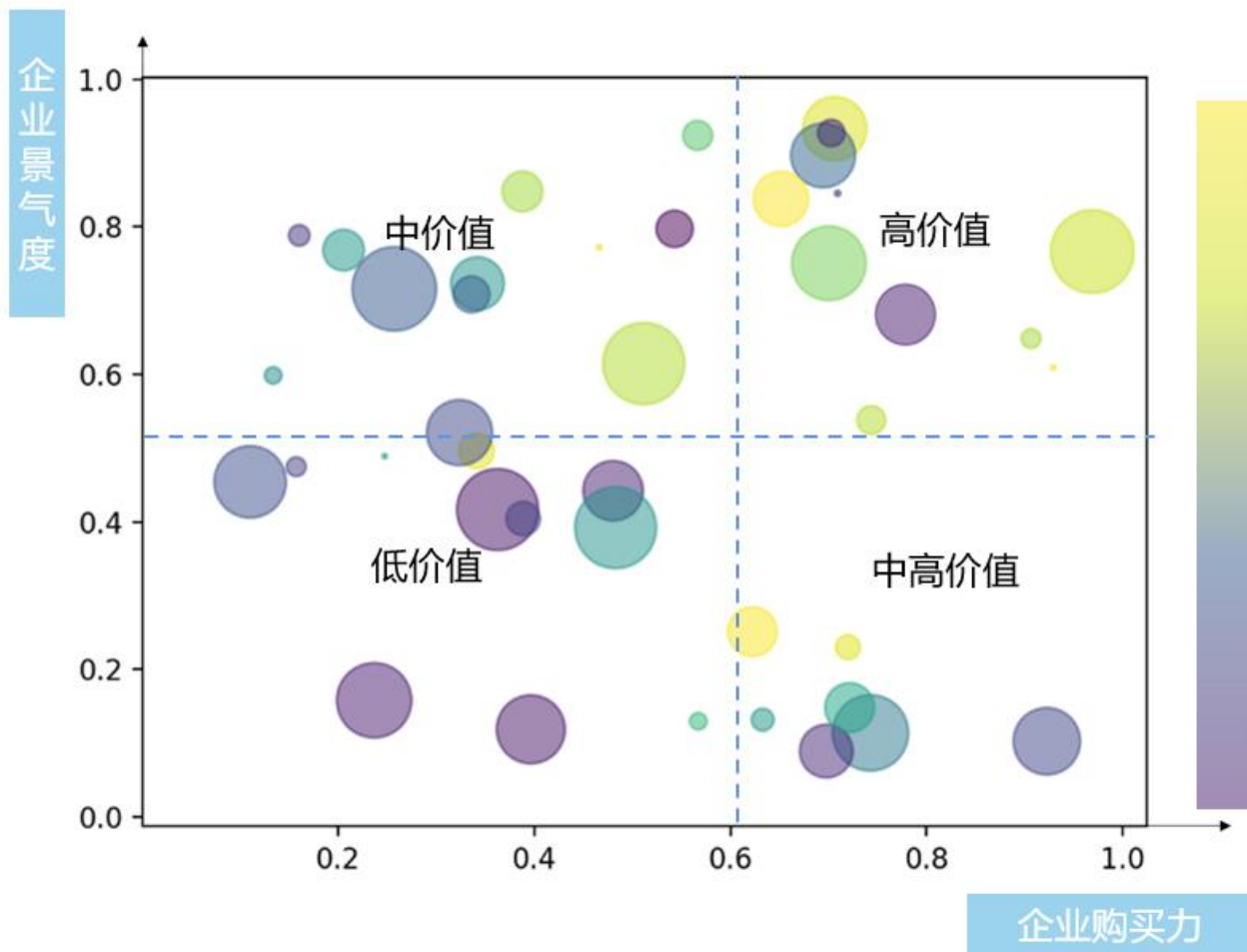


项目成果

通过AI基于相关性维度算法搭建出**客户推荐模型**，为企业锁定了对解决方案可能有潜在需求的**中小企业400,000**，为后续精准的触达与转化打好基础。



针对锁定目标企业群体搭建价值细分模型，用于后期个性化策略搭建



$$\text{企业购买力} = f_{\text{企业规模}} * W_{\text{企业规模}} + f_{\text{营业收入}} * W_{\text{营业收入}} + f_{\text{分支机构}} * W_{\text{分支机构}} + f_{\text{对外投资}} * W_{\text{对外投资}}$$

$$f_{\text{企业规模}} = f(\text{员工人数, 参保人数, 成立时间})$$

$$f_{\text{营业收入}} = f(\text{营业收入, 实缴资本, 融资本, 注册资本})$$

$$f_{\text{分支机构}} = f(\text{分支机构数量})$$

$$f_{\text{对外投资}} = f(\text{对外投资总额, 对外投资机构数量})$$

$$\text{企业景气度} = f_{\text{行业}} * W_{\text{行业}} + f_{\text{营收增长}} * W_{\text{营收增长}} + f_{\text{招聘指数}} * W_{\text{招聘指数}}$$

$$f_{\text{行业}} = f(\text{一级行业, 二级行业, 三级行业})$$

$$f_{\text{营收增长}} = f(\text{上一年营收增长, 上一年营收增长率})$$

$$f_{\text{招聘指数}} = f(\text{招聘岗位数量})$$

某知名IT网络硬件厂商对400,000ABM营销目标数据进行了价值分级

面临挑战

某IT网络硬件厂商提取了**400,000**中小企业数据作为ABM营销的触达目标，为节约预算，提高ROI，该企业希望进行客户价值分级，实施差异化预算规划。



解决方案：使用企业客户数据作为数据样本，借助AI搭建客户推荐模型，精准锁定目标企业

Step1 价值模型搭建维度补齐：

将400,000数据导入SalesDriver数据库，为目标数据进行**企业规模、企业营收、分支机构、对外投资、细分行业、增长状况、招聘指数7大特征维度补齐**

Step2 搭建客户价值模型：

通过**企业购买力**，**企业景气度**两个大的维度，借助AI搭建客户价值模型，判断目标数据价值

企业购买力：企业规模、企业营收、分支机构、对外投资

企业景气度：细分行业、增长状况、招聘指数

Step2 价值分组：

通过客户价值模型，对400,000数据完成价值分组



项目成果

成功将400,000目标数据分为4个价值分组，**高价值：108,357；中高价值：72,357；中价值：72,467；低价值：144,604**



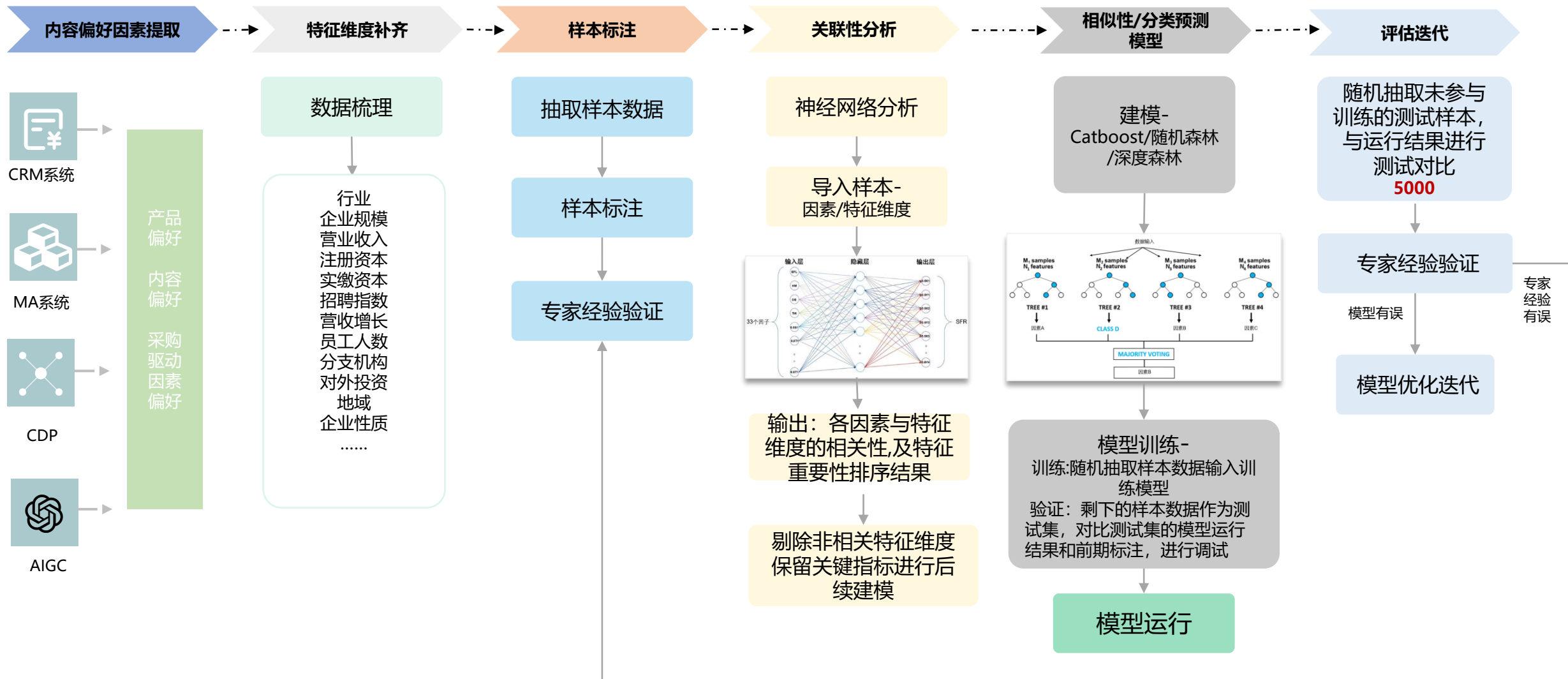
PART 04

“

AI + 内容优化

”

借助AI建立内容偏好分析模型，提高内容个性化度及转化率



某知名IT网络硬件厂商挖掘内容偏好，实现个性化触达

面临挑战

某IT网络硬件厂商需要对400,000目标数据进行ABM营销触达，期待通过个性化内容提高转化，但对于客户的内容偏好缺乏了解



解决方案：使用企业客户数据作为数据样本，借助AI搭建客户推荐模型，精准锁定目标企业

Step1 样本数据准备与维度补齐

该厂商基于过往成交客户10000条，对产品及解决方案有需求的MQL 20000条进行分析，并总结4大采购驱动内容偏好：**解决方案驱动、服务驱动、产品质量驱动、低价驱动**

将30,000数据导入SalesDriver数据库，并通过SalesDriver数据库对剩余行业、企业规模、企业营收、分支机构、地域、企业性质等维度进行补齐

Step2 专家+AI相关性分析

专家梳理相关维度： SalesDriver专家梳理**行业、职位信息、企业规模、企业营收、企业性质、营收增长、招聘指数、分支机构**等**30+**个关联维度作为内容偏好判断依据，并交由AIGC验证

AI验证： 基于样本数据，构建神经网络模型进行相关性分析进行分析验证，**剔除10+**无关特征维度，对**20+**个相关特征维度进行保留

Step3 建立内容偏好模型进行客户分组

建模与训练： 建立内容偏好模型，抽取25,000数据注入模型进行训练，保留5,000数据作为测试集，进行模型验证

内容偏好分组： 对400,000数据进行内容偏好分组

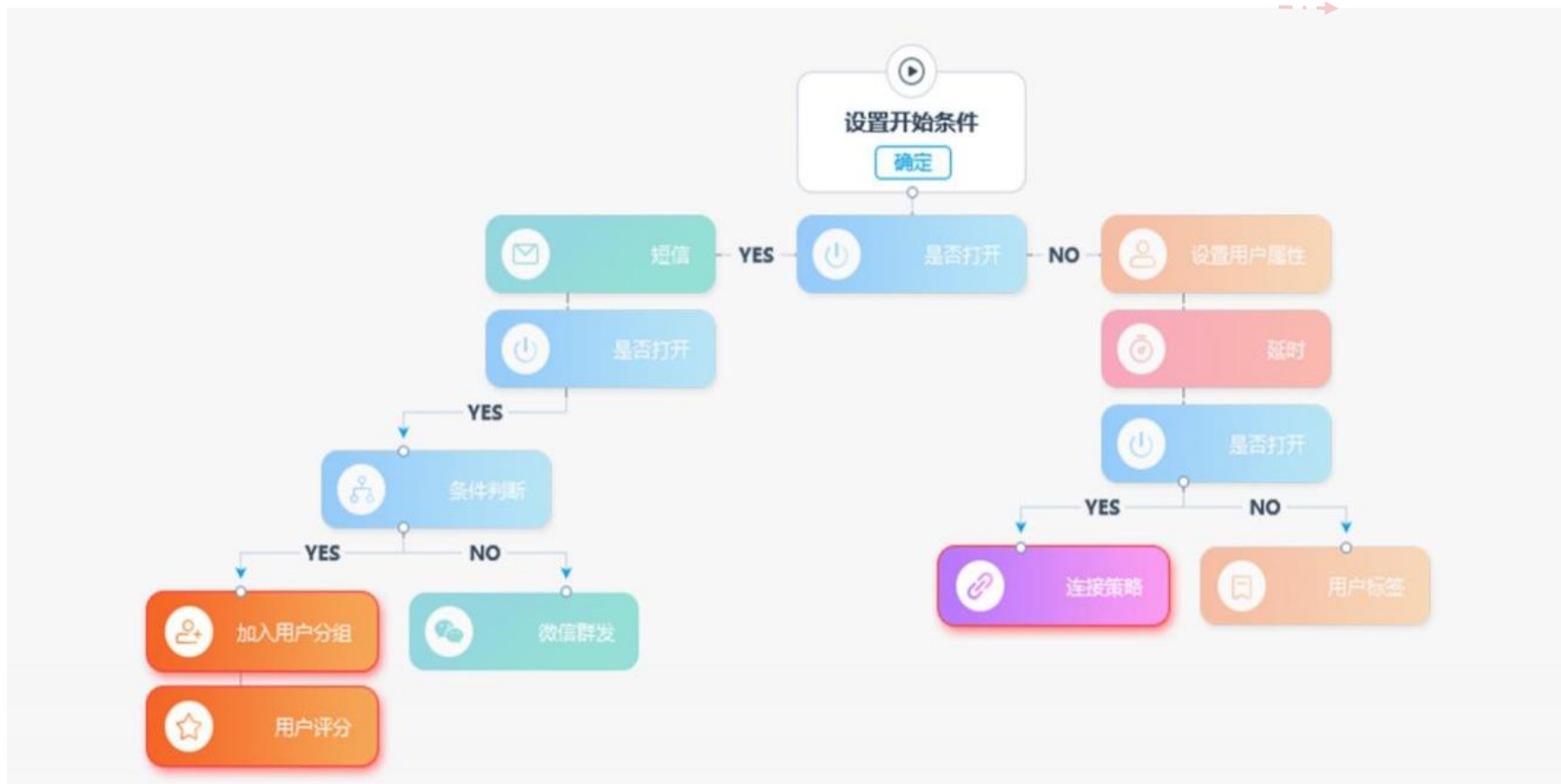
项目结果

成功挖掘400,000目标数据的内容偏好，并根据其采购驱动因素建立内容偏好分组：**解决方案驱动3.6万，服务驱动5.2万，产品质量驱动9.4万，低价驱动21.8万**



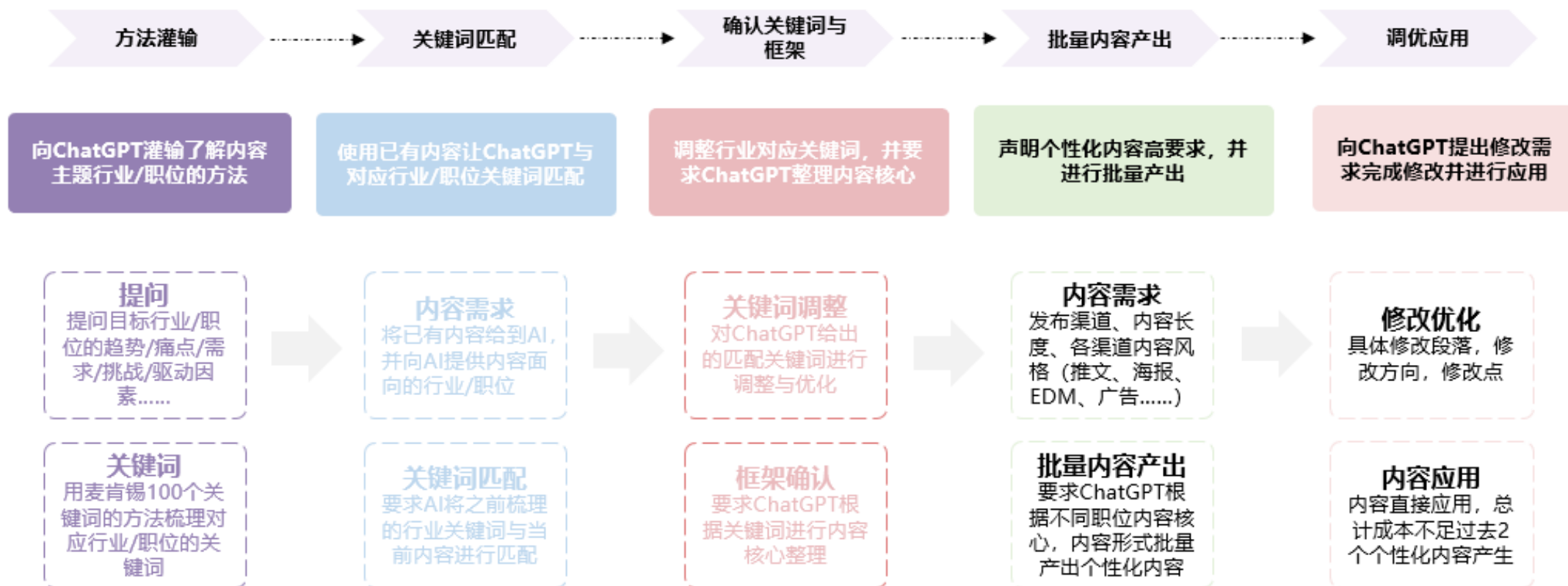
结合客户细分和内容偏好，基于AI实现动态个性化客户旅程

根据高价值、中价值、低价值不同客户的企业分级，结合用户属性、用户行为、内容偏好构建不同用户组，进行动态自动化规划触达，提升客户沟通效率



应用AI进行个性化内容输出，降低个性化内容生产成本

使用ChatGPT可在通用内容的基础下完成批量个性化内容产出



某知名网络解决方案供应商渴望应用AI降低个性化内容产出成本

该企业计划对银行业客户专门开展Webinar，但应用于多渠道的个性化邀请函成本过高，尝试使用AIGC进行产出

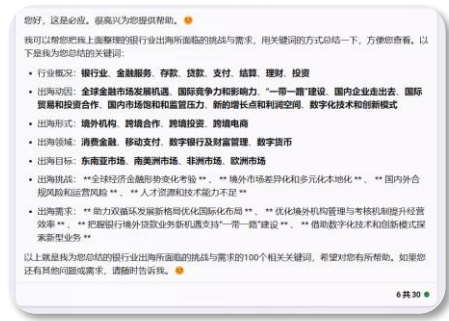
训练AI基本认知

训练提炼AI重点

依据需求产出文章大纲

完善需求生成文稿

调整需求完善文稿



提问: 查看AIGC对品牌及产品的了解度并纠错

提问: 查看AIGC对行业的了解度并通过麦肯锡方法论总结100个关键词

要求AI根据关键词撰写内容大纲 (需要给出明确的指令要求)

根据大纲以及内容形式、长度、风格产出内容

提出明确修改需求修改成文 (可依据需求多次调整)



某知名网络解决方案供应商渴望应用AI降低个性化内容产出成本

AI最终为企业产出用于EDM、微信端的邀请函内容，并在后续更多渠道与职位进行了深度个性化，总成本仅与单个内容产出相当

给出参考内容

依据行业进行个性化

依据触达渠道进行个性化

依据联系人职位进行个性化

您好，这是必应，我很高兴能够帮您写一篇针对银行行业出海业务的会议邀请函。根据您的要求，我修改了以下内容：

数智共生 金融无界——助力银行海外业务数字化转型

我们诚挚地邀请您参加即将举办的线上研讨会，与我们一起探讨银行出海业务面临的机遇与挑战，以及我们如何为您提供全面的AI支持和服务。会议名称：数智共生 金融无界——助力银行海外业务数字化转型

会议时间：2023年7月25日（星期二）16:00-18:00

银行是金融领域的核心组成部分，随着全球经济一体化和数字化转型的加速，银行面临着国内外市场的巨大机遇和挑战。出海业务成为了银行业务发展的关键方向。然而，跨境业务、合规要求、数据安全和人才储备、信息安全、运营效率等挑战依然严峻。国内银行出海业务的核心需求是如何提升客户体验、降低运营成本、实现数字化转型、提高竞争力。本次会议，我们将邀请多位在银行行业有着丰富数字化转型经验的技术专家，为您解答：

- 如何构建海外分支机构的智能系统，提升客户体验和运营效率，降低合规风险。
- 如何利用AI提升客户体验和运营效率，提升客户忠诚度和转化率。
- 如何提升海外分支机构的运营效率，提升客户体验和运营效率。
- 如何提升海外分支机构的运营效率，提升客户体验和运营效率。

我们期待您的参与，与您共同探索银行行业出海的未来！

请改为给制造业企业出海的邀请函，制造业企业更关注工业安全、先进工业运营还有远程协作，请将这些内容融合并改写

将邀请函进行创意化和人性化的调整，调整为一封600字以内，有亲和力，有创意的文章，并给我对应的创意建议

如果改写成针对企业采购的内容的话，要怎么写，采购比较关注产品的性价比、持续使用性、售后服务等

您好，这是必应，我很高兴能够帮您写一篇给制造业企业出海的邀请函。根据您的要求，我对以下文章进行了一些修改和优化，希望您喜欢。数智共生 制造无界——助力制造业企业出海 我们诚挚地邀请您参加我们即将举办的线上研讨会，与我们一起探讨制造业企业出海的机遇与挑战，以及我们如何为您提供全面的技术支持和运营服务。会议名称：数智共生 制造无界——助力制造业企业出海 会议时间：2023年7月25日（星期二）16:00-18:00

制造业企业出海面临着前所未有的机遇和挑战。如何利用先进技术和创新模式，提升海外市场的竞争力和影响力，成为了制造业的重要课题。

- 如何保障工业安全，防止海外工厂及设备遭受网络攻击、数据泄露、故障等风险，保护企业利益和声誉。
- 如何实现先进工业运营，提高海外工厂及设备的生产效率、质量、可靠性、可持续性等级指标，支持产品创新和优化。
- 如何打造远程协作模式，提高员工的工作效率和满意度，促进跨地域、跨部门、跨语言的团队协作和创新。

通过全球一体化团队及多年服务全球制造业客户出海的经验，持续不断的技术创新，为制造业提供迭代创新的解决方案，助力制造业打造数智共生、制造无界的未来。本次研讨会，我们邀请了多位在制造业有着丰富出海经验的技术专家，为您解答：

- 如何帮助制造业企业出海建立和维护高效、稳定、安全的智能制造系统，保障智能制造系统的安全性和可控性，提高生产效率，支持产品创新和运营提升。您将了解到如何为您提供集成的工业安全解决方案，以实现海外工厂及设备的全面保护。
- 如何帮助制造业企业出海实现先进工业运营，提高海外工厂及设备的生产效率、质量、可靠性、可持续性等级指标，支持产品创新和运营提升。您将了解到如何为您提供基于数据分析和人工智能的工业运营解决方案，以实现海外工厂及设备的实时监测、分析和优化。您还将了解到如何为您提供基于云计算和边缘计算的工业运营解决方案，以实现海外工厂及设备的快速部署、扩展和更新。
- 如何帮助制造业企业出海打造远程协作模式，提高员工的工作效率和满意度，促进跨地域、跨部门、跨语言的团队协作和创新。您将了解到如何为您提供集成的软件和设备，打造最人性化的远程协作体验。您还将了解到如何为您提供高效沟通和协作的平台，以实现跨地域、跨部门、跨语言的团队协作和创新。

除此之外，还有：合作伙伴现身说法，且通过实际客户案例展示如何结合您的智能制造系统、工业安全解决方案、工业运营解决方案和远程协作解决方案，提高制造业企业出海的竞争力和影响力，让客户了解更多的海外市场信息，从而与海外客户和合作伙伴进行有效沟通和合作，进而提升制造业企业出海的业务目标。我们期待您的参与，与您共同探索制造业企业出海的未来！

去掉“亲爱的银行业领导者，您好！”部分，全文以短句形式呈现，再为文章添加一些故事性

我们诚挚地邀请您参加即将举办的线上研讨会，与我们一起探讨银行出海业务面临的机遇与挑战，以及我们如何为您提供全面的AI支持和服务。会议名称：数智共生 金融无界——助力银行海外业务数字化转型

会议时间：2023年7月25日（星期二）16:00-18:00

银行是金融领域的核心组成部分，随着全球经济一体化和数字化转型的加速，银行面临着国内外市场的巨大机遇和挑战。出海业务成为了银行业务发展的关键方向。然而，跨境业务、合规要求、数据安全和人才储备、信息安全、运营效率等挑战依然严峻。国内银行出海业务的核心需求是如何提升客户体验、降低运营成本、实现数字化转型、提高竞争力。本次会议，我们将邀请多位在银行行业有着丰富数字化转型经验的技术专家，为您解答：

- 如何构建海外分支机构的智能系统，提升客户体验和运营效率，降低合规风险。
- 如何利用AI提升客户体验和运营效率，提升客户忠诚度和转化率。
- 如何提升海外分支机构的运营效率，提升客户体验和运营效率。
- 如何提升海外分支机构的运营效率，提升客户体验和运营效率。

我们期待您的参与，与您共同探索银行行业出海的未来！

您好，这是必应，我很高兴能够帮您写一篇针对企业采购的邀请函内容。根据您的要求，我对以下文章进行了一些修改和优化，希望您喜欢。数智共生 制造无界——助力制造业企业出海 我们诚挚地邀请您参加我们即将举办的线上研讨会，与我们一起探讨制造业企业出海的机遇与挑战，以及我们如何为您提供全面的技术支持和运营服务。会议名称：数智共生 制造无界——助力制造业企业出海 会议时间：2023年7月25日（星期二）16:00-18:00

制造业企业出海面临着前所未有的机遇和挑战。如何利用先进技术和创新模式，提升海外市场的竞争力和影响力，成为了制造业的重要课题。

- 如何建立和维护高效、稳定、安全的智能制造系统，以支撑海外业务的开展，满足客户需求，应对市场变化。
- 如何了解和适应不同国家及地区的法律法规、监管要求，以避免合规风险，保护企业声誉。
- 如何优化海外工厂及设备的状态，防止故障及安全事故，保障生产连续性。
- 如何打造灵活的远程协作模式，提高员工的工作效率和满意度，促进团队协作和创新。

通过全球一体化团队及多年服务全球制造业客户出海的经验，持续不断的技术创新，为制造业提供迭代创新的解决方案，助力制造业打造数智共生、制造无界的未来。本次研讨会，我们邀请了多位在制造业有着丰富数字化转型经验的技术专家，为您解答：

- 如何帮助制造业海外分支机构搭建智能智能制造系统，保障智能制造系统的安全性和可靠性，提高生产效率，支持产品创新和运营提升。您将了解到如何为您提供集成的工业安全解决方案，以实现海外工厂及设备的全面保护。
- 如何帮助制造业海外分支机构搭建智能智能制造系统，保障智能制造系统的安全性和可靠性，提高生产效率，支持产品创新和运营提升。您将了解到如何为您提供集成的工业安全解决方案，以实现海外工厂及设备的全面保护。
- 如何帮助制造业海外分支机构搭建智能智能制造系统，保障智能制造系统的安全性和可靠性，提高生产效率，支持产品创新和运营提升。您将了解到如何为您提供集成的工业安全解决方案，以实现海外工厂及设备的全面保护。

我们期待您的参与，与您共同探索制造业企业出海的未来！

给AICG基础的通用文章

依据行业特性、痛点、关注重点，生成行业个性化的内容

给出文章风格、篇幅、偏好等生成渠道的个性化内容

依据不同职位关注的重点生成职位联系人的个性化内容



借助AI降低设计成本——主流AIGC设计工具推荐



Mid Journey

- **功能:** 综合性和多功能的AI绘画工具, 可以创造LOGO、插画、照片等其他任何形式的艺术
- **特点:** 根据文本提示生成逼真和富有表现力的图像, 还可以从图片中提取提示, 继续生成新的图片
- **适用范围:** 适合想要探索各种创意可能性和生成高质量艺术作品的设计师, 但需要付费



Stable diffusion

- **功能:** 可以创造非常精细和逼真的艺术作品, 尤其是虚拟人物和肖像方面
- **特点:** 它支持多种绘画风格和技巧, 可以让用户操纵现有的图像或者组合不同图像的元素
- **使用范围:** 适合想要使用先进的AI模型进行图像合成和编辑的开发者, 有较高的安装门槛, 需要Windows或Mac电脑



Adobe Firefly

- **功能:** 是Adobe公司推出的新的AI绘画工具, 它集成到Canva平台中
- **特点:** 帮助用户快速而轻松地根据文本提示创建具有视觉吸引力的设计, 它还提供了如自动设计建议、个性化设计模板和实时编辑协助等功能
- **适用范围:** 支持文生图和字体AI设计, 支持修改



UIZARD

- **功能:** UI设计辅助AI工具
- **特点:** 能快速完成UI设计, 还有许多个性化的UI模板可以使用
- **适用范围:** 适用PC端, 移动端, APP等不同UI界面设计



Canva Magic Design

- **功能:** 在线设计协作平台
- **特点:** 提供海量的专业模板、智能排版
- **适用范围:** 适合网页, E-news, 海报, 信息图等平面设计



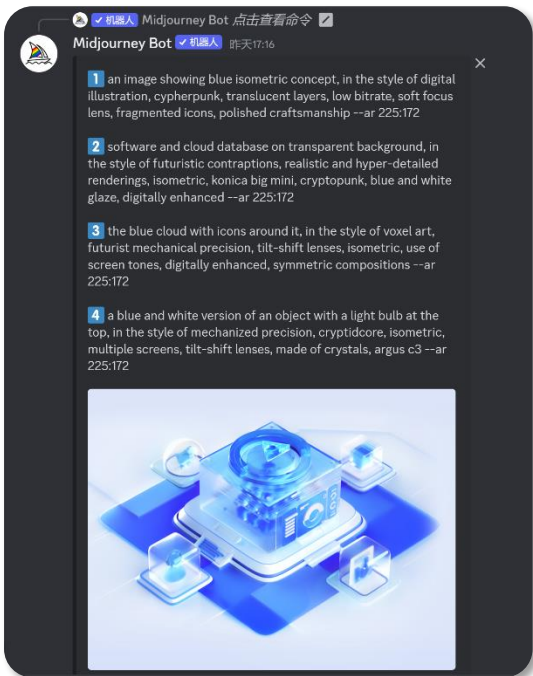
剪映AI

- **功能:** 视频剪辑软件,
- **特点:** 提供AI配图、AI配音、智能剪辑等功能
- **适用范围:** 适合制作短视频和动态图像



SalesDriver借助AI搞定3D创意

训练学习



给出参考图让AI描述，提取目标效果的重点描述，将其作为作图指令

素材生成



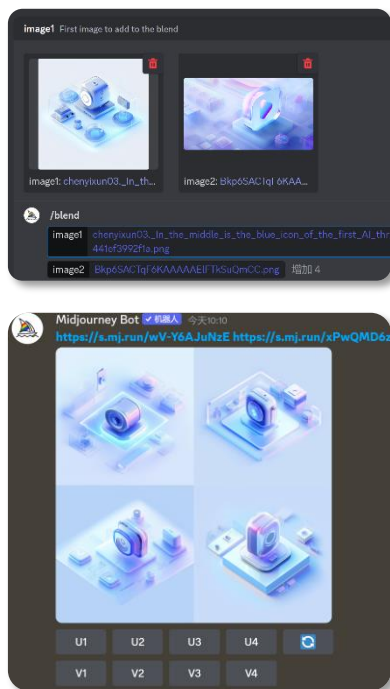
给出作图指令，并通过不断的指令修改，完成元素图片生成

场景生成



同理，给出场景参考，并通过指令修改完成场景图片

图片生成



让AI将素材、场景图片融合生成基本图片

图片制作



生成图片的基础上，依据作图需求，配文字完成基本图片设计



PART 05

“

AI + 触达优化

”

ABM营销需要依据购买旅程定制个性化的触达策略

认知		考量		比较		购买
品牌认知	品牌信任	需求考量	品牌偏好	价值比较	打消顾虑	使用满意

用户想法	你是谁?	我需要吗?	可以满足我的需求吗?	能带来什么效益?	是市场中比较适合我的?	有没有不合适的?	我能用的好吗?
用户会做什么	遇到了会看一下	了解品牌基本信息	进一步了解产品和服务	寻找成功案例	对比竞品的优势	考虑落地实施有无疑虑	了解使用技巧、提升、培训等

用户情绪图谱及内容匹配



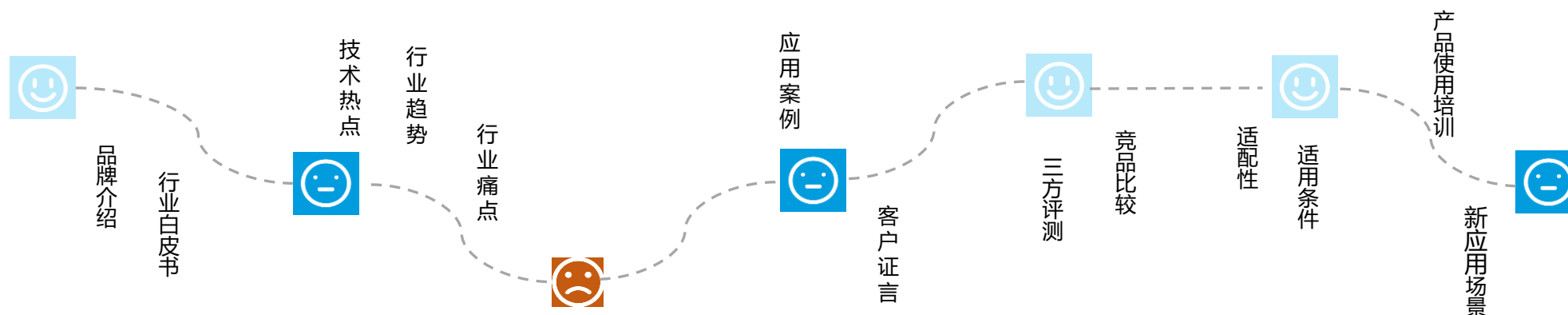
积极 跃跃欲试



产生疑虑



否定情绪出现

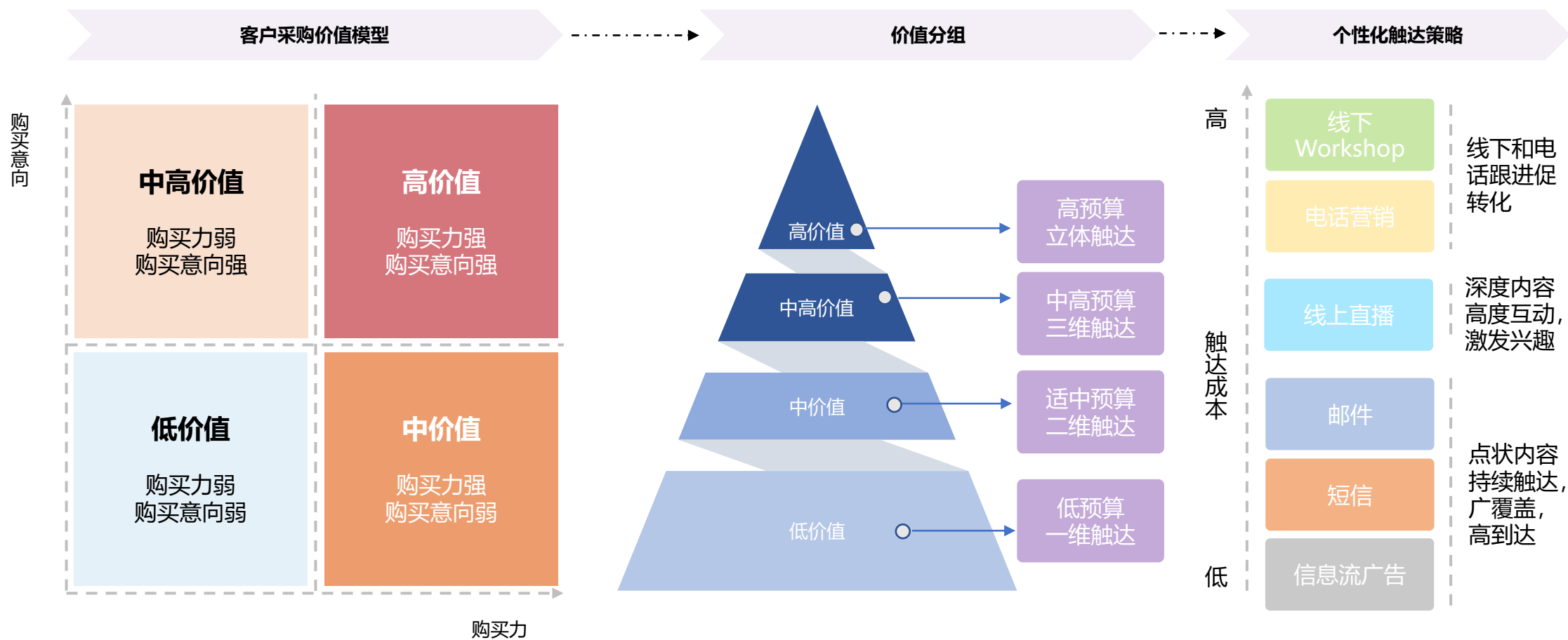


触达渠道	定向信息流/EDM	定向信息流/EDM/webinar/telemarketing	销售/线上workshop/线下workshop/EDM	webinar
-------------	-----------	---------------------------------	------------------------------	---------



ABM营销也需考虑依据目标用户的分组及预算制定差异化的触达规划

依据客户分组定制差异化的触达策略



ABM营销需要根据覆盖率，触达成本，转化成本等选择全域触达渠道组合进行触达

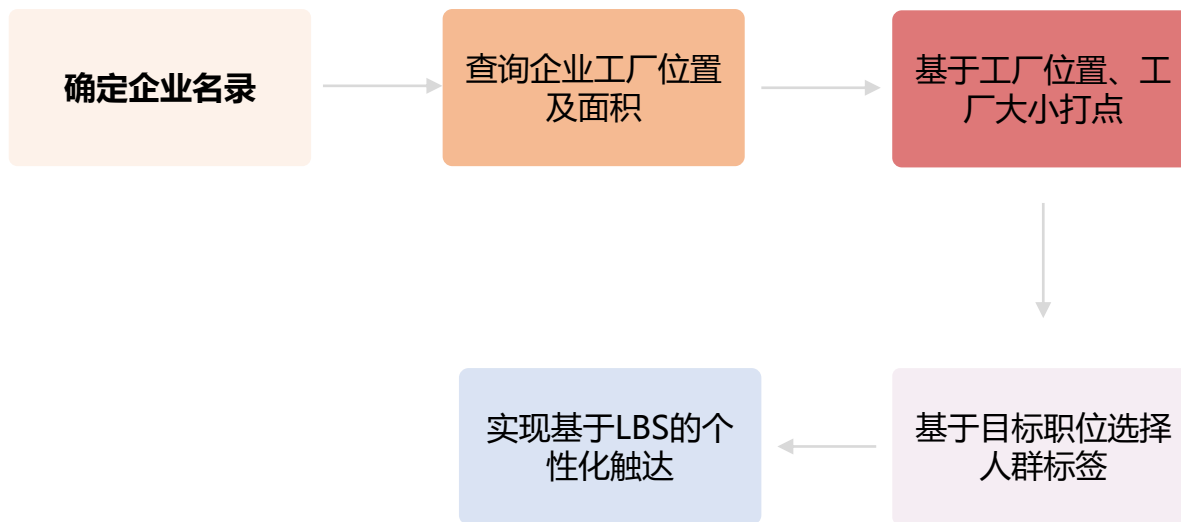
类型	触达渠道	有效覆盖率	互动率	转化率	单位触达成本	单位转化成本
公域	定向信息流广告	高	低	低	低	中低
私域	邮件	中低	中低	中低	中低	中低
私域	短信	中低	中低	中低	中低	中低
私域	微信	低	低	中低	低	低
私域	微信群	高	高	高	低	中低
公域	线上直播(webinar)	中	高	中	高	高
私域	赞助活动线上直播	中	高	中	高	高
公域	定向SEM	低	中低	中低	中	中
私域	电话营销	中	高	高	中	中
公域	线下品牌活动	中	高	高	高+	高+
私域	线下Workshop	中	高	高	高+	高+
私域	企业微信	低	高	高	低	低

ABM营销可以利用信息流广告的LBS定向触达大型制造企业客户

大型制造企业通常拥有大型工厂，可通过LBS实现厂区全触达



投放流程



ABM营销可以利用信息流广告的LBS定向触达大型展会,覆盖重点客户

大型展会所在的会场/酒店通常可用近期到访定位展会对应的行业人群



投放流程

查询展会会场面积
及位置

基于展会位置, 大小
进行打点

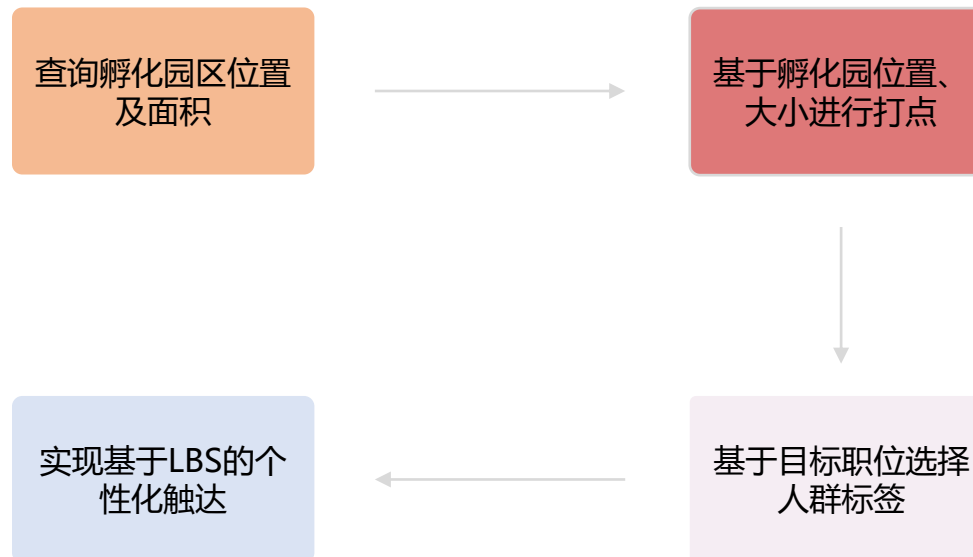
实现基于LBS的个
性化触达

ABM营销可以利用信息流广告的LBS定向触达产业孵化园区，覆盖指定园区客户

部分行业，尤其是专精特新，通常在每个城市拥有集中的产业孵化园区可以用于人群定向

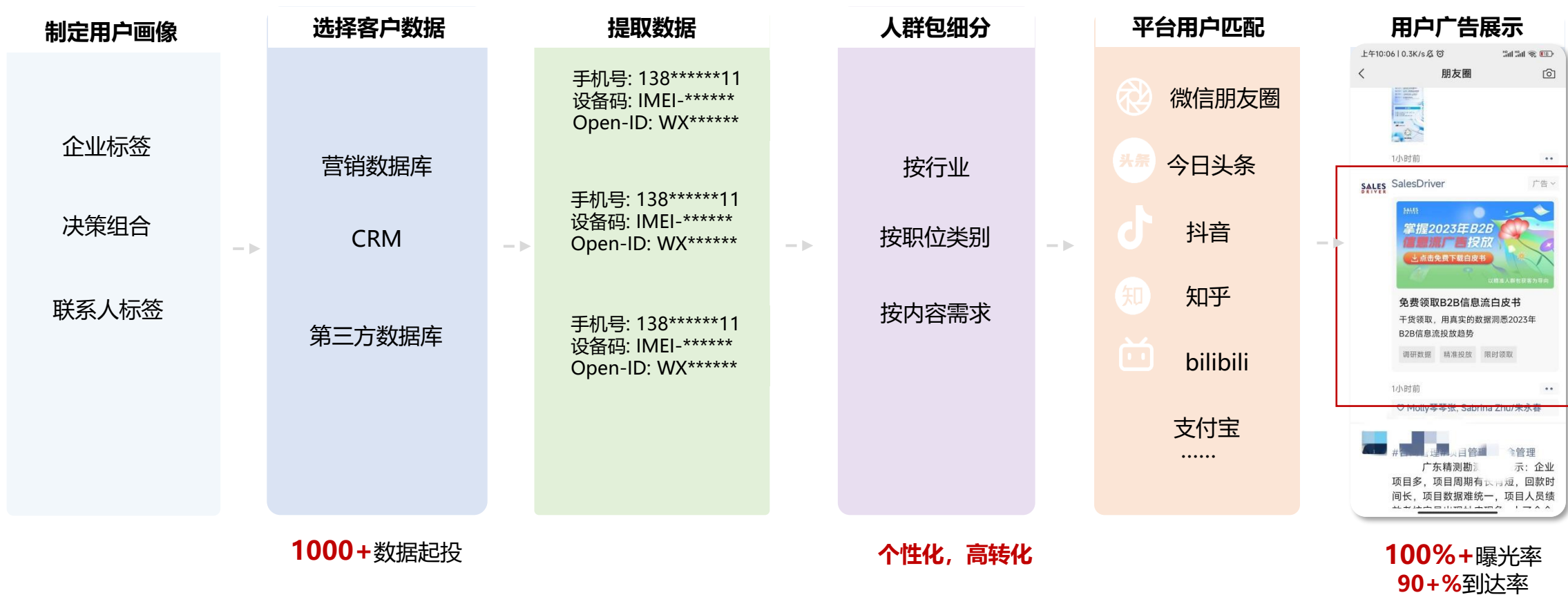


投放流程



ABM营销可以基于锁定人群包的信息流广告个性化精准触达，提高信息覆盖率/到达率/转化率

个性化内容，精准触达企业目标用户，100%+高曝光率，90+%高到达率，高转化，帮助企业实现持续客户孵化，提高转化率



锁定人群包的信息流广告的优化实操--媒体选择优化

不同人群的阅读兴趣不同，需要选择不同的信息流媒体触达

专业学生

常用媒体

- QQ相关
- 微信朋友圈
- Bilibili
- 抖音
- 微博

企业员工

常用媒体

- 微信朋友圈
- Bilibili
- 抖音
- 知乎
- 微博

企业管理层

常用媒体

- 微信相关
- 知乎
- 今日头条
- 抖音
- 微博

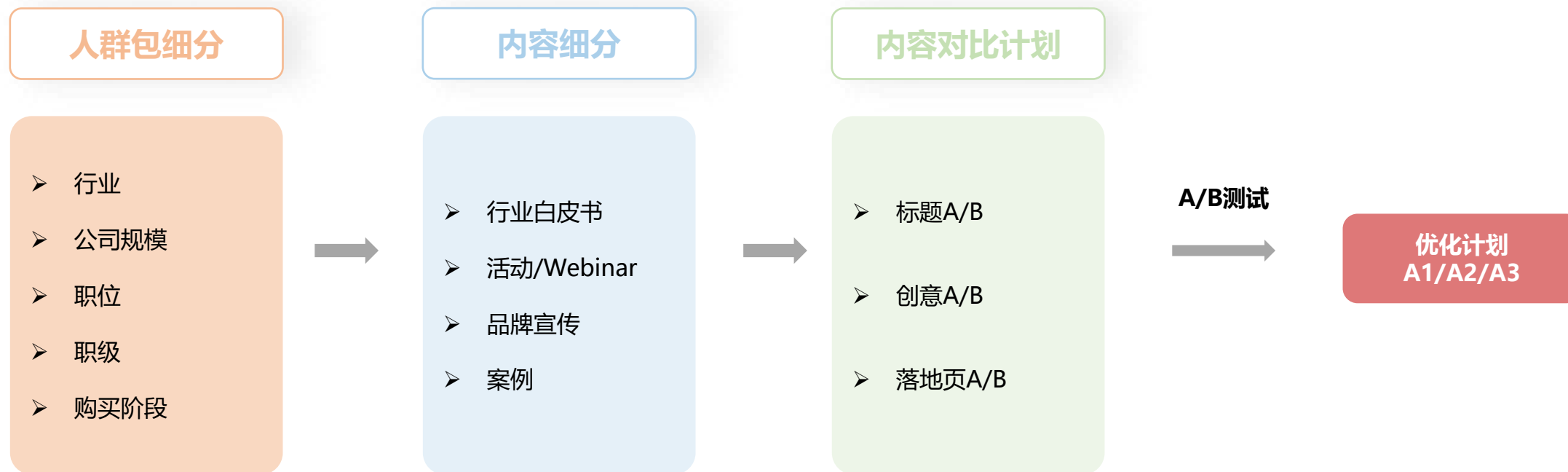
C-level

常用媒体

- 微信朋友圈
- 今日头条
- 微信视频号
- 抖音

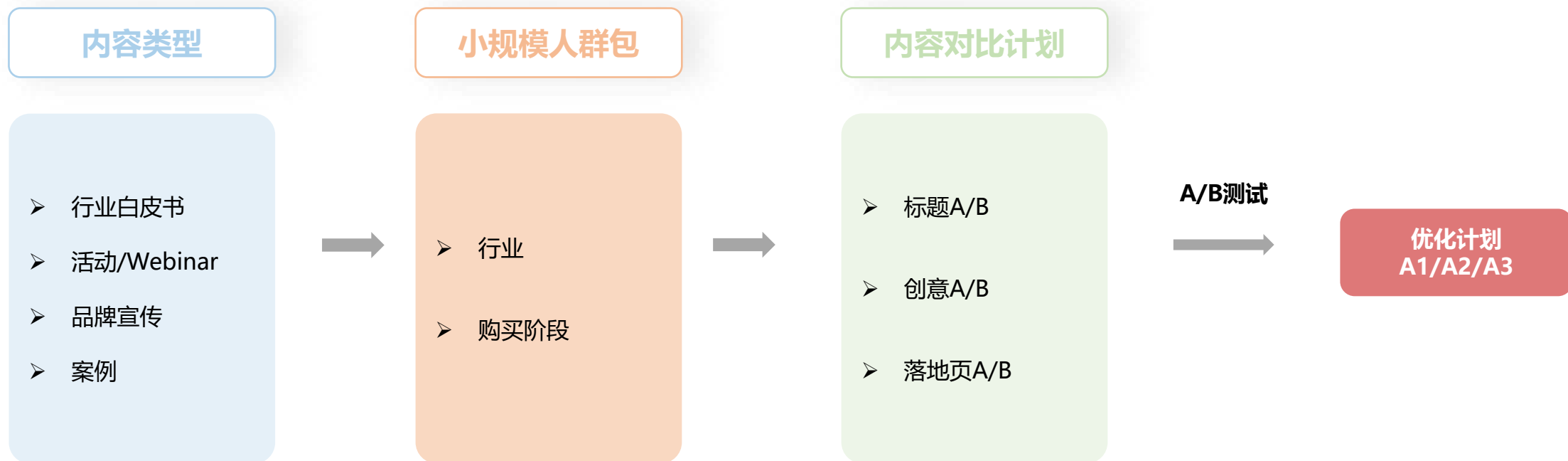
锁定人群包的信息流广告优化实操--大批量定向数据包的计划优化

大批量数据依据数据特点进行数据细分，并基于此进行内容细分，基于数据/内容两维度进行广告计划细分



锁定人群包的信息流广告优化实操—小批量定向数据包的计划优化

梳理内容画布，确定内容细分维度，根据内容细分维度进行数据细分，基于内容/数据两维度进行广告计划



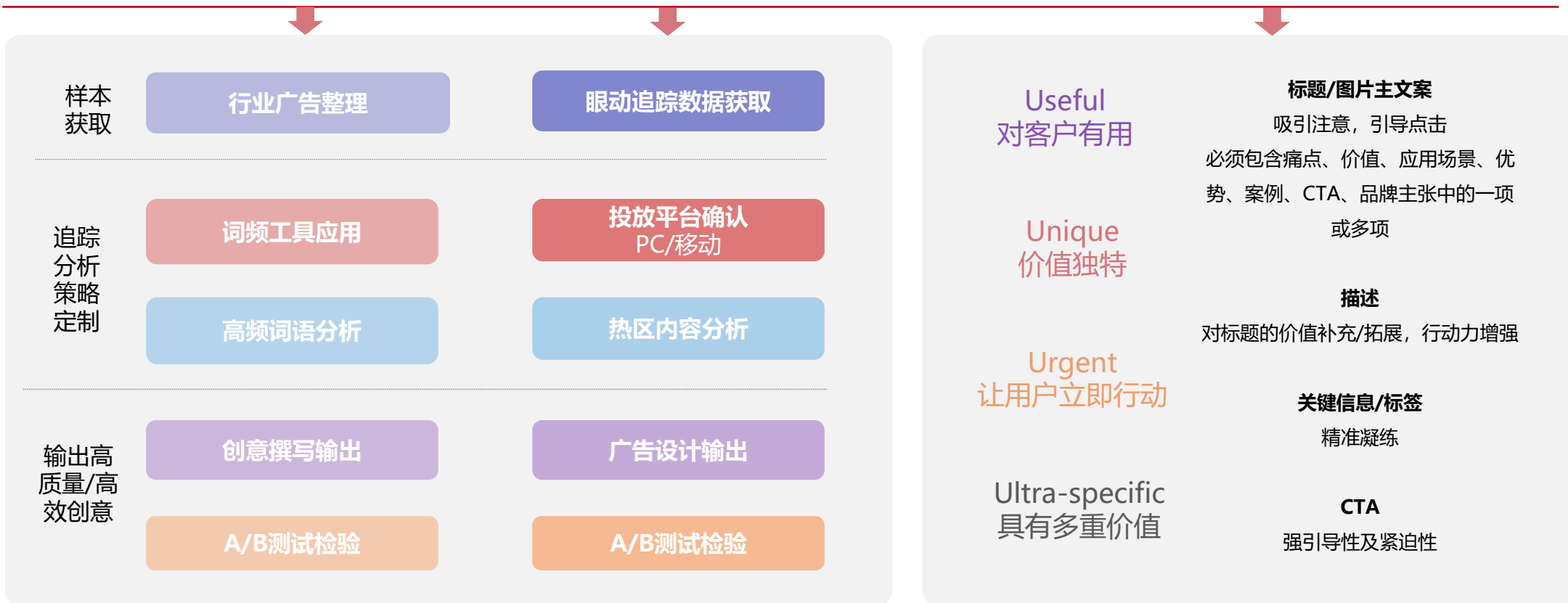
锁定人群包的信息流广告优化实操-广告创意优化

用词频语义及眼动追踪为广告创意优化提供参考，以4U标准来优化内容输出

词频语义优化方式

眼动追踪锁定用户

4U标准输出内容



锁定人群包的信息流广告优化实操-投放过程优化

基于营销漏斗，从展现、点击和转化不同角度进行优化



ABM营销可利用企微信群预热+网络直播+视频号转播定向加热,提高网络直播参会/转化率,重点客户覆盖

企微信群引流+互动 (会前+会中+会后)



网络直播 (覆盖PC+手机端用户)

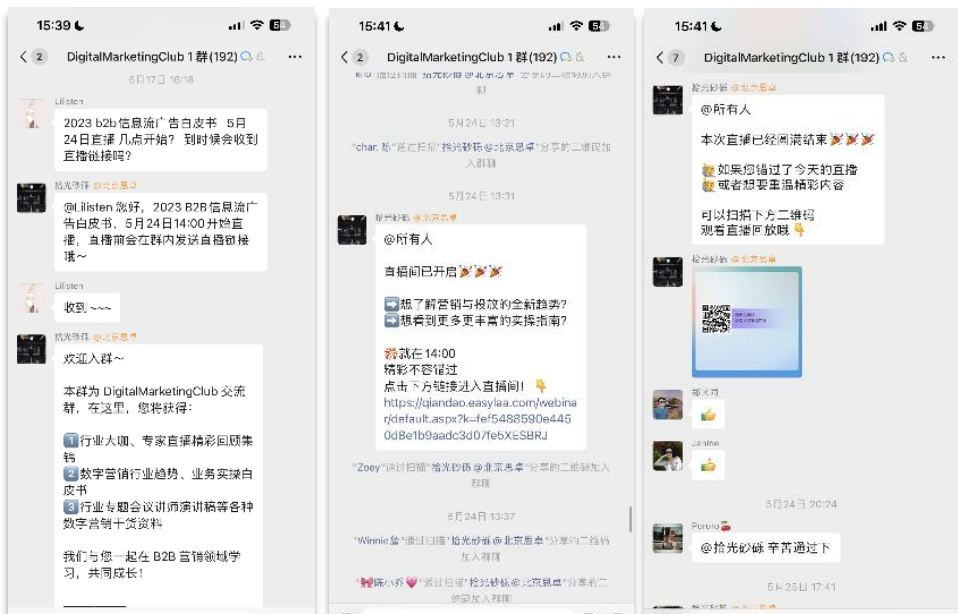


视频号转播+重点客户定向加热



ABM营销可借助企微信群/直播/视频号玩转赞助活动，提升线下赞助活动覆盖和产出

企微信群引流+互动 (会前+会中+会后)



赞助活动转播/走进 企业直播



视频号转播+重点客户定向加热



ABM营销可利用视频号短视频营销，持续触达并影响重点客户

可对竞品账户、行业社群、重点客户账户、重点客户社群持续触达



选择加热视频及定向方式
竞品账号/行业社群



选择对应的重点客户账号/重点客户社群
单次最多10账号/社群



选择更多定向标签开始加热
地域/性别/年龄/兴趣



ABM营销可借助AIGC个性化话术和持续优化，提升电话营销用户体验，提高转化率



某云服务厂商对全国10000+大客户开展高效的个性化触达

面临挑战

某云服务厂商需要对10000+大客户进行持续孵化，希望通过1年的触达挖掘更多的意向客户，因为客户数量较少触达周期也较长，如何进行更加**高效的个性化的触达来孵化及挖掘需求**成为了挑战。

解决方案：基于目标客户所处的行业及关键联系人角色，实施个性化触达

Step1 客户分组：

将客户按照重点行业将客户分为四组，分别是金融3880、互联网77315、医疗35165、零售48720；锁定关键联系人 CXO、BDM、TDM，共匹配联系人数量200000+

Step2 个性化触达：基于行业&联系人角色实施个性化触达

购买角色	CXO		BDM		TDM	
行业	触达渠道	触达内容	触达渠道	触达内容	触达渠道	触达内容
金融	定向信息流广告	行业云端增长之道	定向信息流广告、邮件、webinar	【品牌介绍、品牌大会、让金融行业降本增效的云、XX银行云端业务效率提升100%】	定向信息流广告、邮件、webinar、电话	【品牌介绍、品牌大会、20分钟部署更安全的金融云、XX银行云端完成手机银行开发迭代、金融行业白皮书发布会】
互联网	定向信息流广告	行业云端增长之道	定向信息流广告、邮件、webinar	【品牌介绍、品牌大会、让互联网行业降本增效的云、XX公司借助上云实现数据分析提速100%】	定向信息流广告、邮件、webinar、电话	【品牌介绍、品牌大会、IT行业解决方案、无缝对接主流公有云的混合云、XX公司云端开发更新速度提升200%、互联网行业白皮书发布会】
医疗	定向信息流广告	行业云端增长之道	定向信息流广告、邮件、webinar	【品牌介绍、品牌大会、无需技术门槛即可上手的云、XX医院从云端实时监控全院临床状况】	定向信息流广告、邮件、webinar、电话	【品牌介绍、品牌大会、专为大规模科学计算研发的云、XX企业大幅提升药物研发速度、医疗行业白皮书发布会】
零售	定向信息流广告	行业云端增长之道	定向信息流广告、邮件、webinar	【品牌介绍、品牌大会、围绕人货场关系而生的云、XX企业通过云端覆盖营销全场景】	定向信息流广告、邮件、webinar、电话	【品牌介绍、品牌大会、云端全链路数字化运营、XX公司完成公域到私域全链路数据闭环、零售行业白皮书发布会】

项目结果

通过对行业分组用户持续的个性化触达，最终获得有兴趣进行洽谈的客户**8000+**，**MQL300+**



某知名IT网络硬件厂商对400,000中小企业目标客户开展分价值的差异化触达

面临挑战

某IT网络硬件厂商希望针对400,000 中小企业目标用户进行销售线索挖掘，由于**预算受限**，无法实施全方位的**多维触达**



解决方案：依据目标客户的价值进行分组并依据分组实施差异化触达

Step1 客户分组：

将已经进行购买因素分组的客户，按照购企业采购模型进行客户价值的进一步细分，客户分组为：

解决方案驱动组：全组高价值38215；**售后服务驱动分为**：高价值10357、中高价值10131、中价值10583、低价值20714；**产品质量驱动分为**：高价值18834、中高价值17513、中价值20066、低价值37608；**低价驱动分组**：高价值18834、中高价值17513、中价值20066、低价值37608

Step2 差异化触达：

解决方案驱动组：全组实施**朋友圈定向信息流、邮件、短信、webinar、电话**共计5轮次触，共实现曝光1300W+，获取互动46620，最终共获取注册2331、MQL622

售后服务驱动组：对高价值用户实施**朋友圈定向信息流、邮件、短信和电话**4轮次触；对中高价值用户实施**朋友圈定向信息流、短信和电话**3轮次触达；中价值用户实施**朋友圈定向信息流和电话**2轮次触达，共实现曝光1937143，获取互动7680，最终获取注册339、MQL299

产品质量驱动组：对高价值和中高价值用户分别实施**朋友圈定向信息流、邮件、短信和电话**的各4轮次触达，对中价值和低价值用户分别实施**朋友圈定向信息流、短信和电话**各3轮次触达，共实现曝光6885174，获取互动24100，最终获取注册1205、MQL1021

低价组：对高价值用户实施**朋友圈定向信息流和电话**2轮次触达，对中高价值用户实施**朋友圈定向信息流**1轮次触达，共实现曝光2268571，获取互动7940，最终获取注册397、MQL368

项目结果

通过价值分组的差异化触达，最终获取**MQL2310**，平均CPL**512**，获客成本相对于其他项目降低了**18%**，SQL转化率相对于其他项目上升了**25%**



PART 06

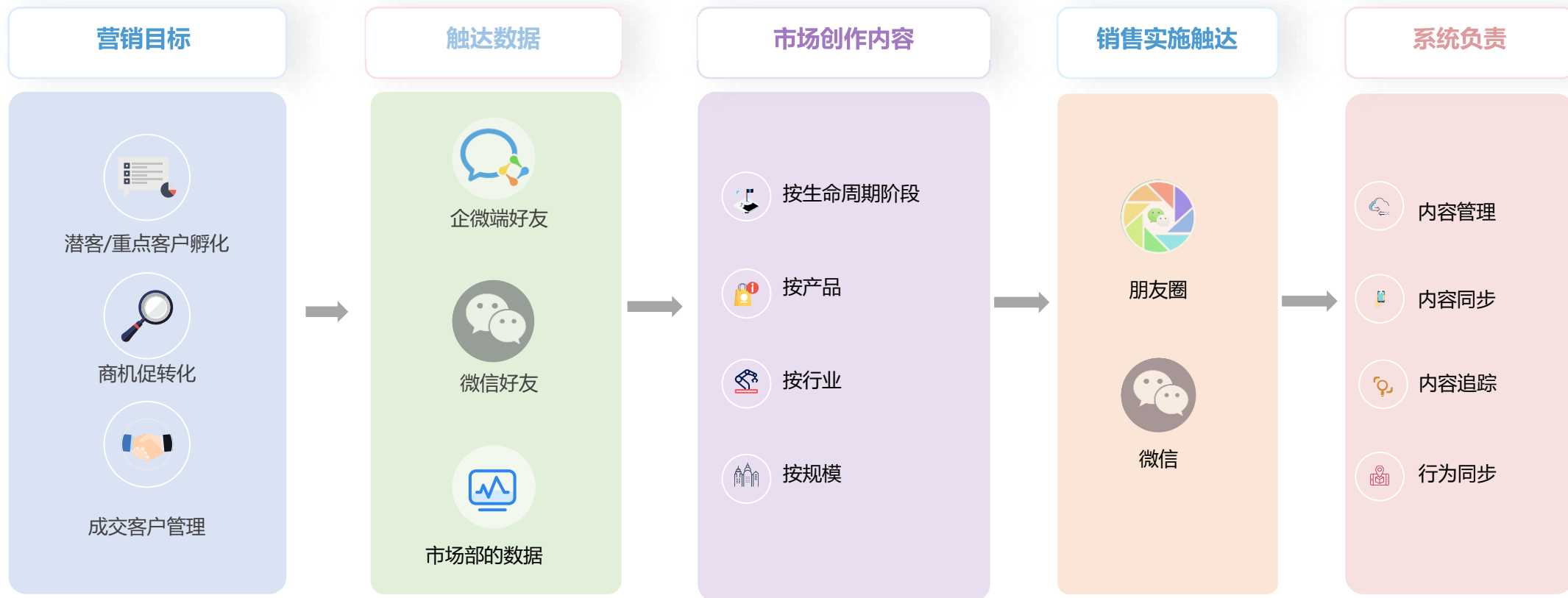
“

AI+系统优化

”

ABM营销平台需要支持销售侧ABM落地

销售侧ABM由市场部门提供内容产出，销售部门进行触达沟通，营销平台需支持内容云管理，同步，触达追踪等



ABM营销平台需要支持市场侧ABM项目落地

市场侧的ABM多为需求挖掘、潜客/重点客户孵化等为主，平台需支持数据管理内容管理，多渠道触达管理，销售协同等系列功能



ABM营销系统支持企业大数据&企业推荐模型

从企业一方精准的数据入手，基于海量企业数据资源，精准推荐目标客户，是ABM营销系统必备功能

CDP-全渠道数据平台

全渠道数据采集整合

数据采集 ID Mapping 数据接口

客户行为追踪

实时追踪 外部行为导入 行为轨迹

客户标签画像

标签体系 自动打标签 360° 客户画像

客户价值打分

多维打分模型 预测模型

客户分组分级

多维分组规则 静态分组 动态分组

企业大数据

企业信息匹配 企业筛选 企业推荐

MAM-营销触达管理

微信自动化/小程序自动化

多活动中心 多内容中心 裂变营销
全员营销 会员积分

邮件短信营销自动化

邮件模板 个性化内容 一人一码

短信营销自动化

短信模板 个性化内容 一人一码

线上线下活动自动化

活动发布 注册报名 审核通知提醒
电子签到 网络直播/录播 现场互动

定向信息流自动化

人群包管理 行为追踪 效果追踪

多步骤营销自动化

场景模板 可视化营销画布 多渠道触发
多条件控制 流程控制

商机/销售企微协同自动化

商机派发反馈 客户动态同步 内容营销

ANALYSIS-数据分析

客户分析

营销漏斗分析 属性分析 标签分析
活跃度分析 互动行为分析 价值分析
内容偏好预测 购买预测 流失预测

营销内容分析

多维度统计 转化对比分析

营销项目效果分析

营销指标统计 客户旅程分析 转化分析
归因分析



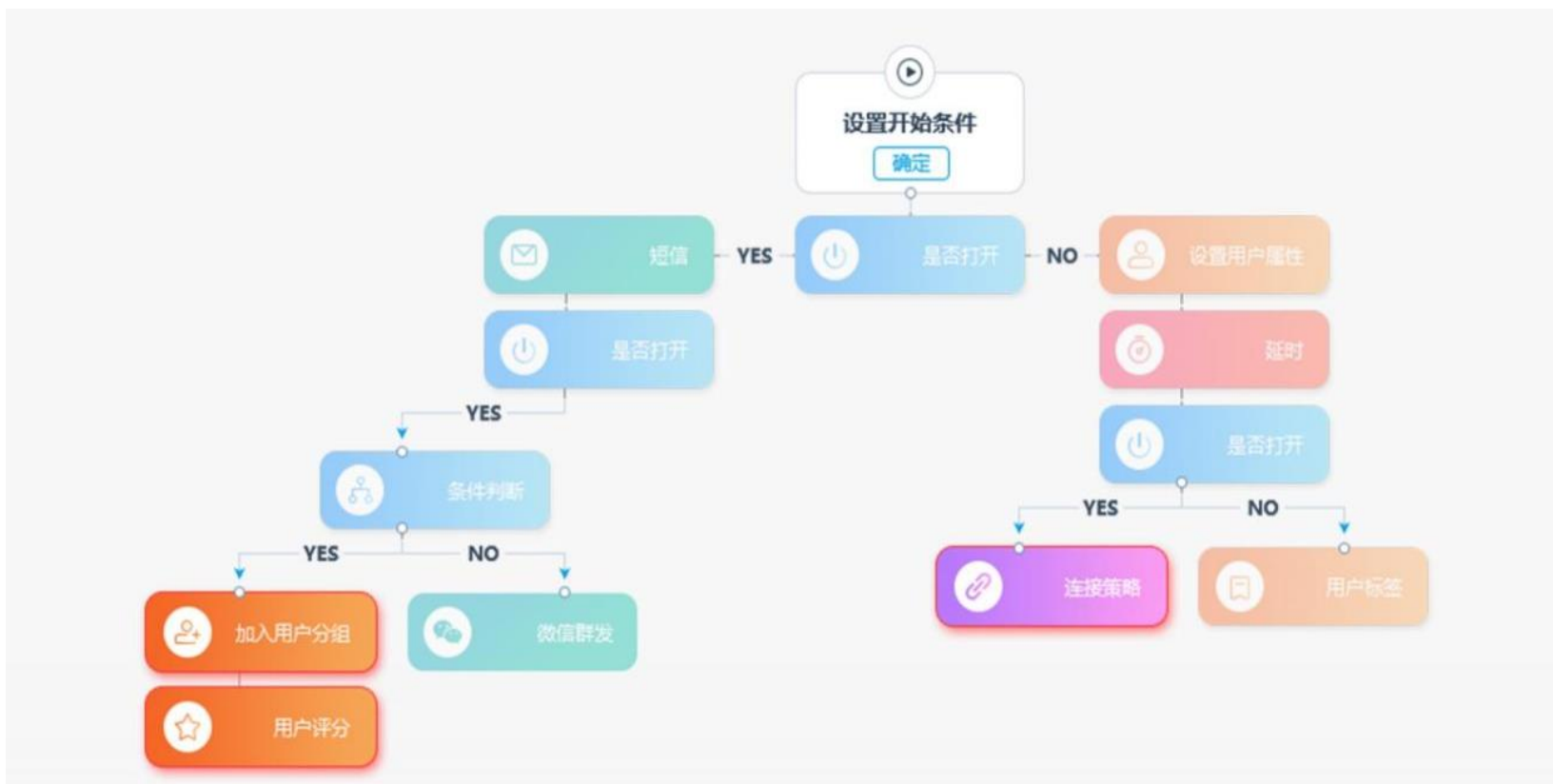
ABM营销系统实现全域触达管理

ABM常用触达渠道包括短信，邮件，线下活动，线上活动等私域渠道，也包括定向信息流等公域渠道，ABM营销系统需支持全域触达管理



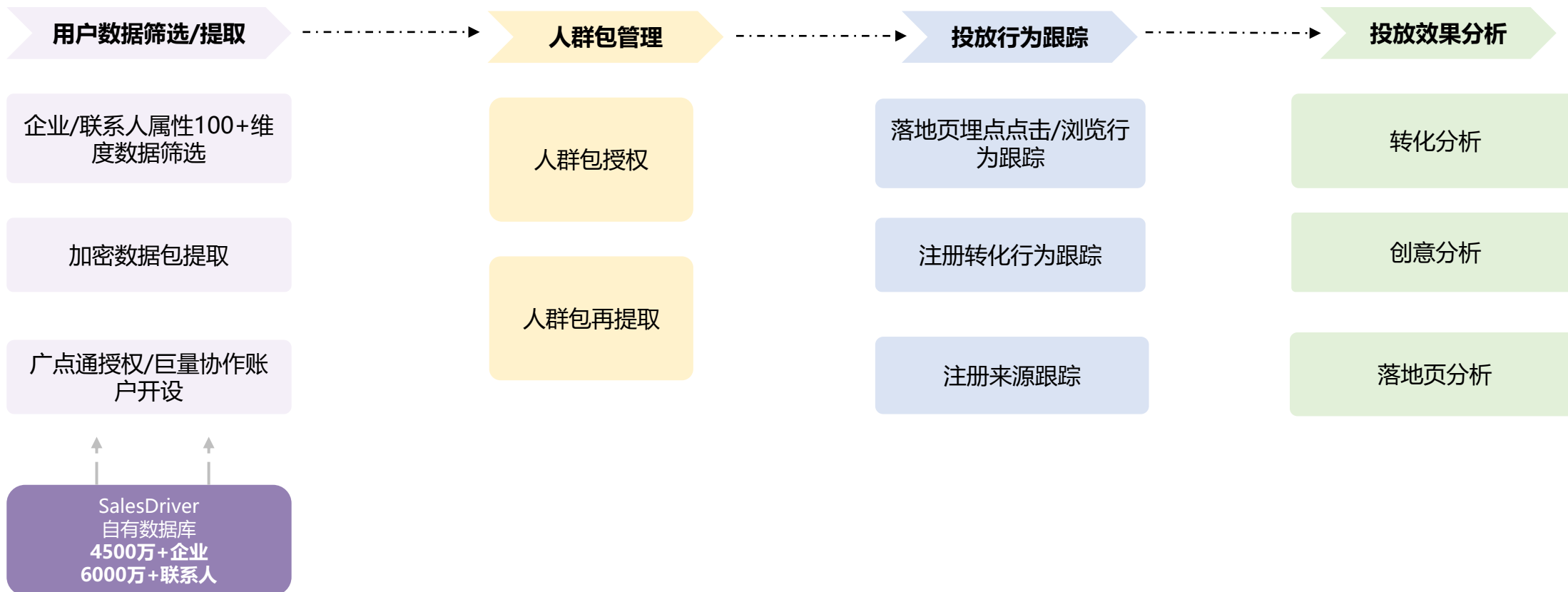
ABM营销系统能支持个性化客户旅程

根据高价值、中价值、低价值不同客户的企业分级，结合用户属性、用户行为、内容偏好，构建不同用户组，进行动态自动化规划触达，提升客户沟通效率。



ABM营销系统支持人群包定向信息流投放

ABM营销平台需打通主流定向信息流平台，可实现数据的快速提取与授权，并对广告投放的全流程进行精准监控与调优推荐



ABM营销系统支持企微销售协同

ABM营销平台需支持企微销售协同，实现商机同步，内容同步，销售端触达追踪，客户行为同步等，提高商机转化率，提供内容支持销售端客户/商机孵化，追踪客户触达和客户行为，帮助销售寻找沟通契机，提高赢单率



PART 07

“

关于作者-SalesDriver

”

20年数字营销经验,一直在创新

2001

开始为思科中国SMB事业部提供**销售线索营销**服务, 3年内支持实现50%的销售成交

2006

推动并为微软中国执行了**中国第一场企业直播**, 1500人在线参会

2009

为国际领先企业提供数字会议营销,**线下会议数字化管理**, 会议**线上化**(直播点播Virtual Event)

2012

组建内容营销团队, 提供**内容营销服务**

2014

从2012年开始, 自主研发**Easylaa SCRM**营销自动化平台

2017

整合策略, 数据, 营销自动化平台, 内容服务, 提供**销售线索营销解决方案**

2019

整合策略, 数据, 营销自动化平台, 内容服务, 提供**ABM营销解决方案**

2021

数字营销双飞轮, 解决企业短长期获客, 大中小客户增长问题

SaleDriver数字营销双飞轮，帮助企业实现短长期增长



EasyLaa SCRM营销自动化平台搭建数字营销体系



全渠道数据整合

官网, SEM, 在线广告, 微信, EDM, 线下活动, 线上活动等全渠道采集数据;

智能客户管理

数据整合治理, 自动客户标签, 自动客户分级, 实时客户画像

多触点自动培育客户

EDM, 微信, 短信多触点自动化培育客户, 推动客户转化

销售线索自动化管理

商机派发, 跟进, 反馈, 实时ROI分析

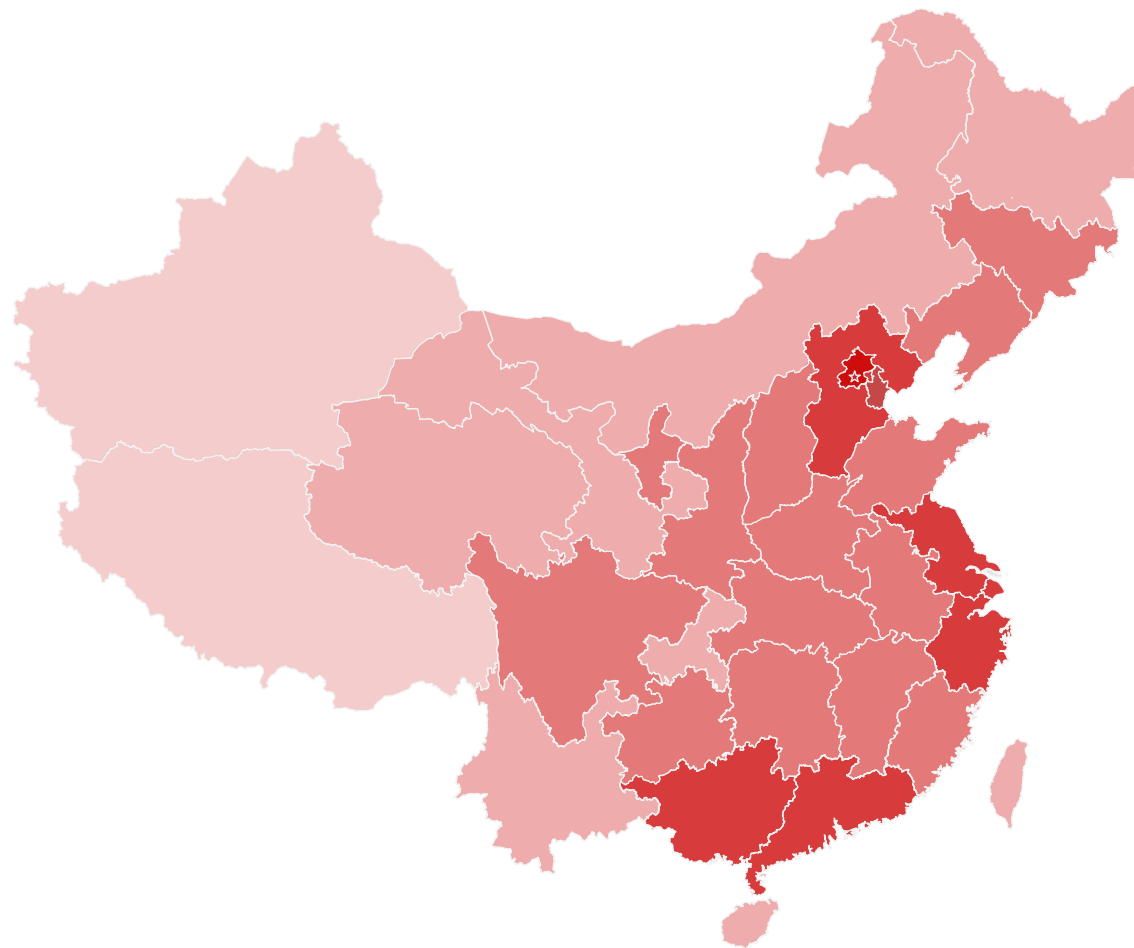
数千万B2B可信数据资源支持数字营销，定向人群包信息流投放

长期维护企业数据库，基于**100+**维度建立**目标企业画像**支持细颗粒度筛选合格的企业;支持企业各Job Role **决策联系人**筛选

企业数据

60,000,000+

可基于行业，地区，城市，注册资金，年营业额，企业性质、员工人数，营业收入，利润率，总资产，融资，产品服务，行业地位，采购产品 职务类别等**100+**维度进行筛选



基于内容营销五力模型实现内容获客/孵化

认知

Awareness

考量

Consideration

比较

Comparison

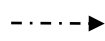
购买

Purchase

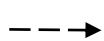
拥护

Advocate

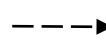
思想/价值领导力



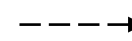
激发兴趣力



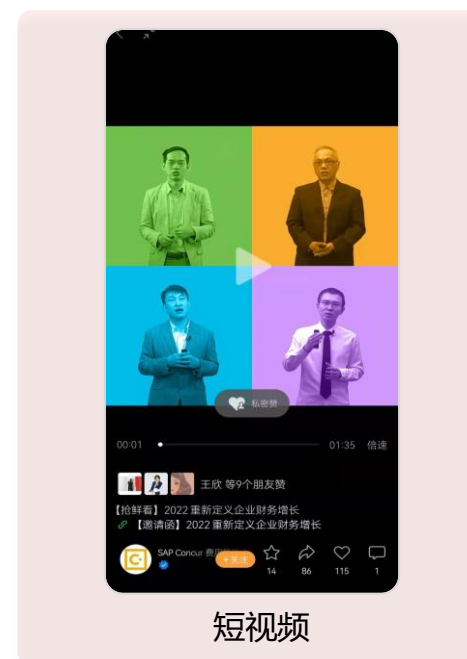
品牌偏好力



客户满意度

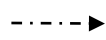


客户传播力

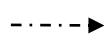


微信公号, 知乎, B站, 抖音, 视频号, SEM, SEO, 信息流广告

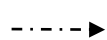
内容营销策略



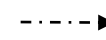
内容营销平台



内容创意制作



内容分发投放



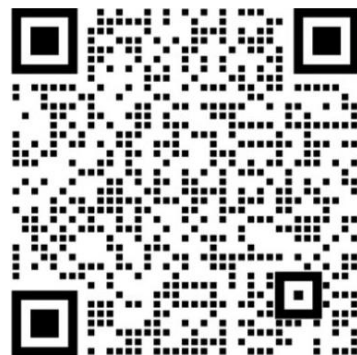
效果监测分析



服务高科技|工业制造|医药医疗|金融|企业服务等行业



THANKS



扫码联系SalesDriver
了解信息流投放服务



扫码入群参加
行业大咖直播



关注 Digital Marketing Club
获取更多数字营销干货