



# 抖音渠道投放 如何优化

TALK!  
MARKETING



MUTE  
MICROPHONE





Step 1:  
点击此处打开  
对话框

Step 2:  
输入您的问题



巨量引擎

# 商业会展

赋能会展营销

营销策略

本地消费业务中心 - 运营策略部 - 华东企服行业出品

# 目录

## CONTENTS

**01** 商演会展行业投放分析

---

**02** 会展业字节系投放策略

---

**03** 创意素材运营指导

---

**04** 行业应用场景及案例

---



巨量引擎

**PART**

**1**

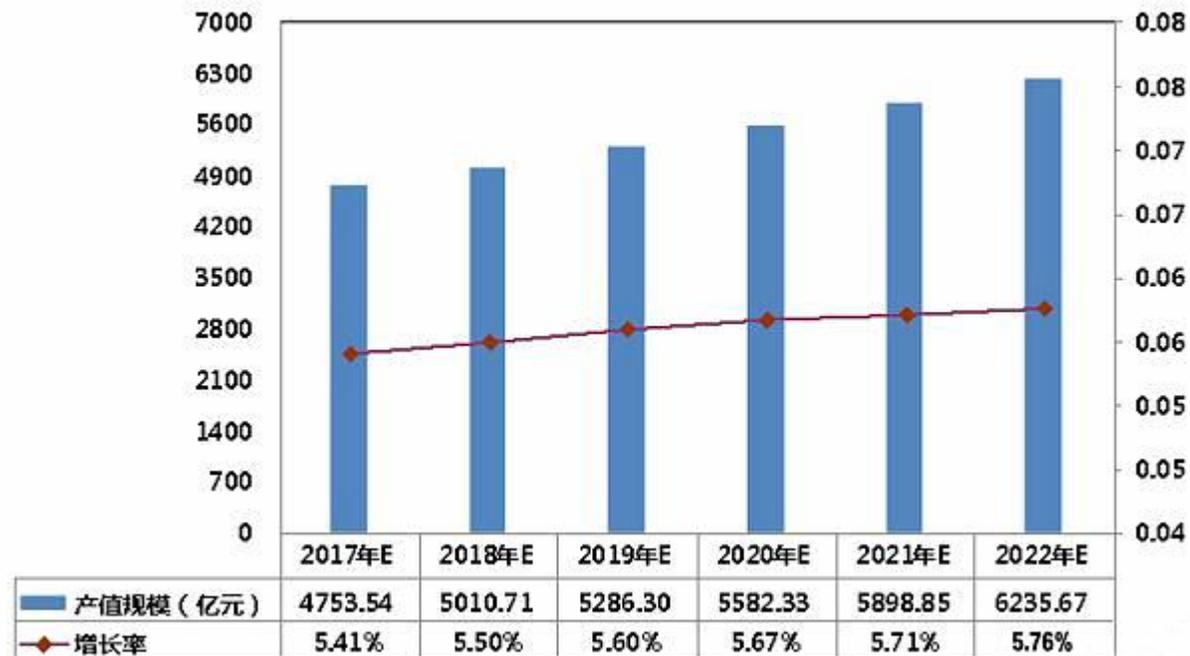
---

商演会展行业  
投放分析

# 中国会展行业 进入提质增效期

后疫情时期，会展业发展机遇和挑战并存，行业已经到了**升级换代**和产业结构优化调整的新阶段。常规性产业政策将逐步转向营商环境的优化、新业态融合等方面为展览业的发展带来新动能。

2017-2022年中国会展业产值规模预测



## 排行榜

付费 App

免费 App



1 抖音短视频 - 好玩的...  
分享美好生活

打开



2 微信  
社交

打开



3 淘宝 - 移动购物, 生...  
限时秒杀, 优惠联盟

打开

排名TOP 1

抖音&Tik Tok

全球多个国家登顶下载排行榜  
国际一线媒体纷纷报道

# 抖音引领潮流 成为热点内容孵化器

## 激活城市、景点

抖音激活城市能量，让更多美好城市被世界看到，让无数景点一夜爆火



## 文化、艺术新玩法

中国古韵文化在抖音焕发新生，传统文化变得更加流行大众



## 爆款美食、好物

无数美食、好物产品在抖音一夜爆火，成为全网年轻人打卡推荐的爆款



## 流行歌曲、舞蹈

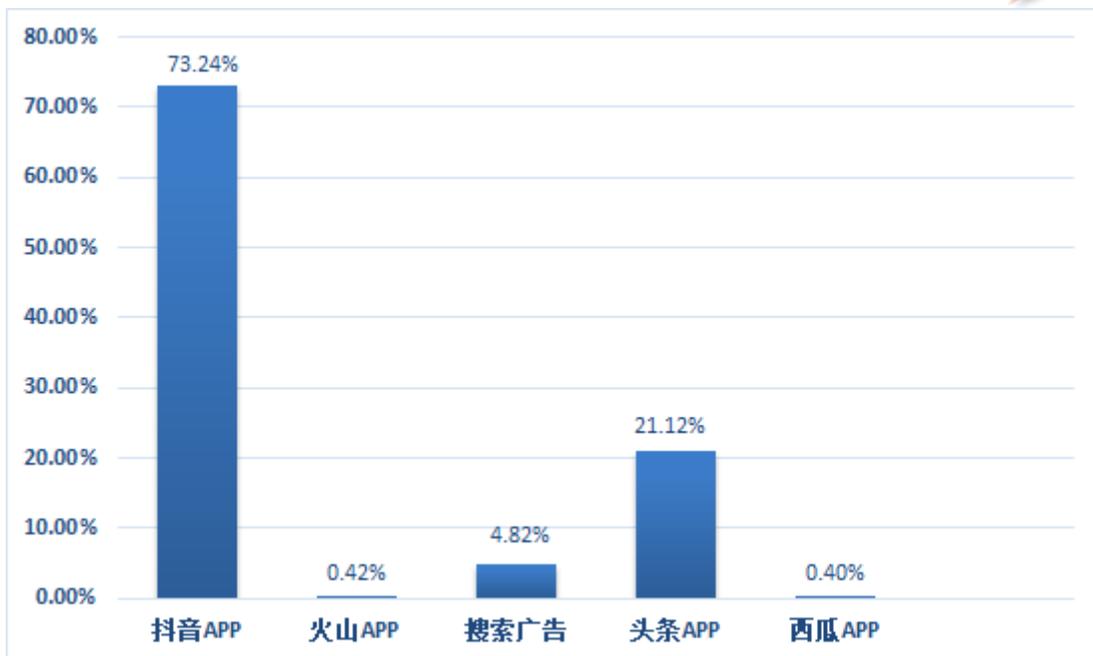
抖音让无数音乐和舞蹈变流行，让美好被看到，成为歌舞孵化器



# 商演会展行业，平台投放数据分析

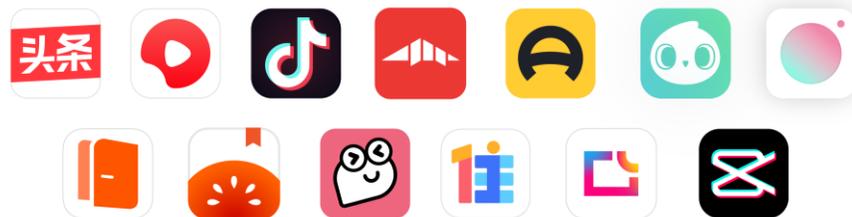
借助字节大数的精准数据整合，布局会展行业，高效引流拓客

商演会展在字节系产品投放占比



数据来源：字节跳动云图平台

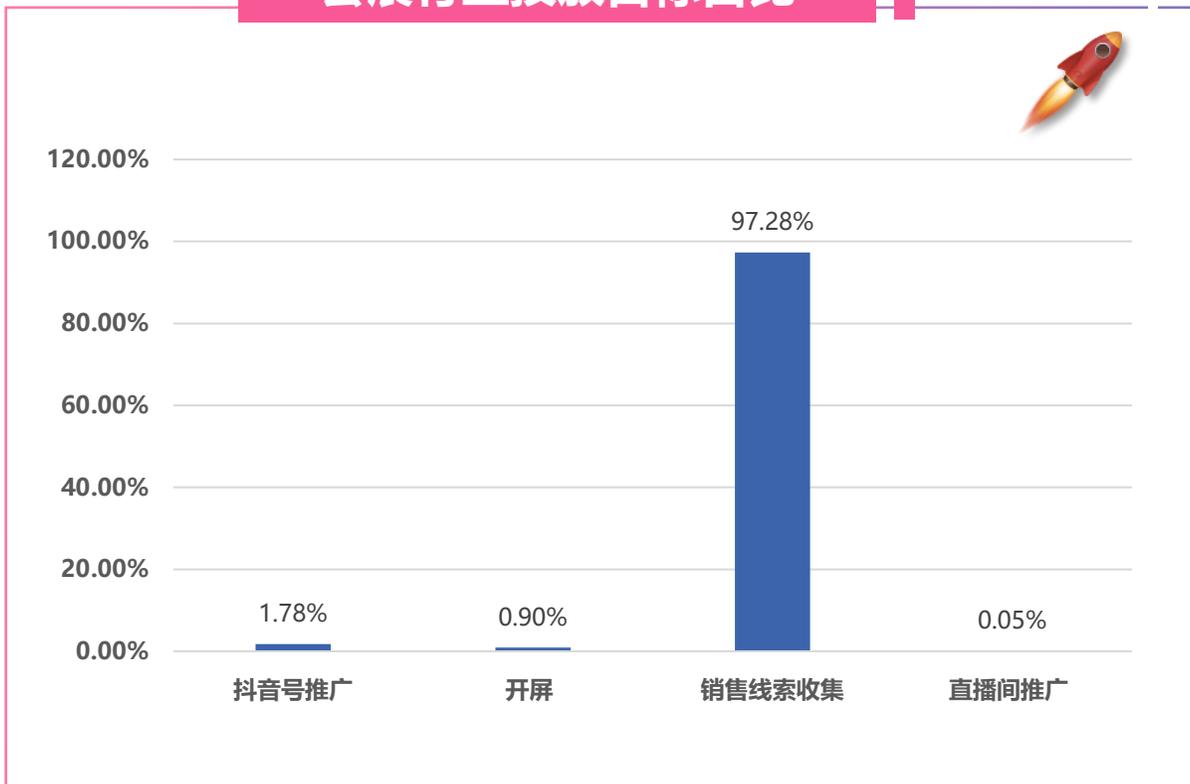
主力平台：抖音+头条，整合多产品矩阵，  
在全方位社交场景中触达引流。



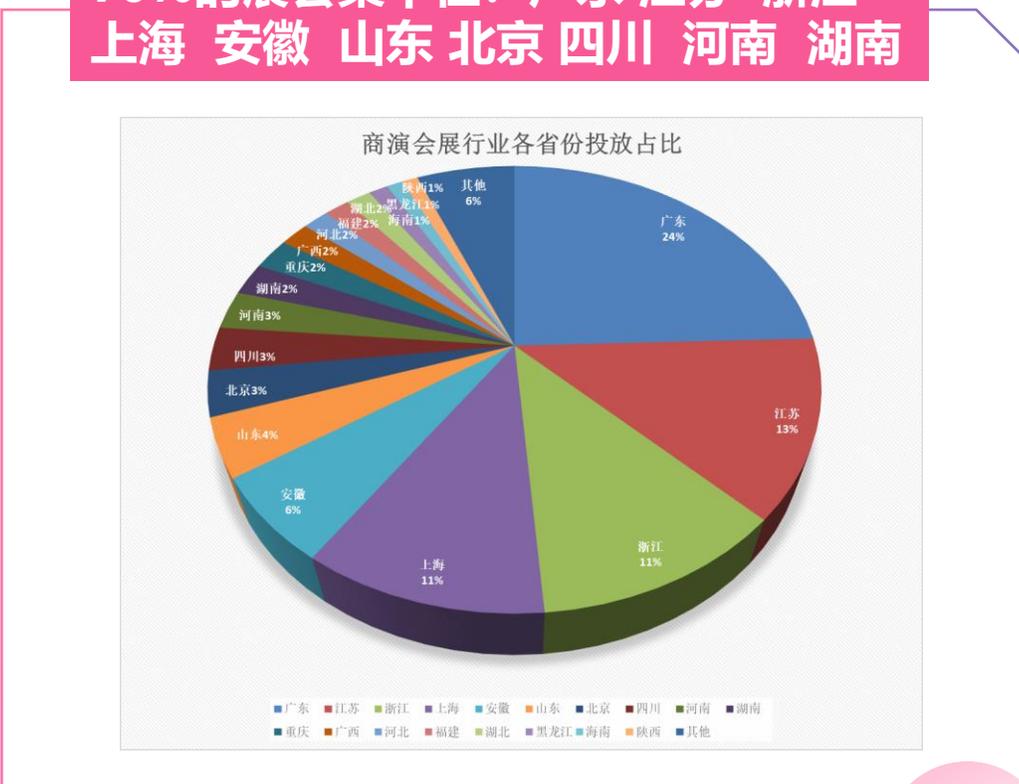
# 探索多重新玩法，助力降本增效

通过字节平台高效拓量，搭建多维营销场景，效果+内容快速传播

### 会展行业投放目标占比



### 70%的展会集中在：广东 江苏 浙江 上海 安徽 山东 北京 四川 河南 湖南

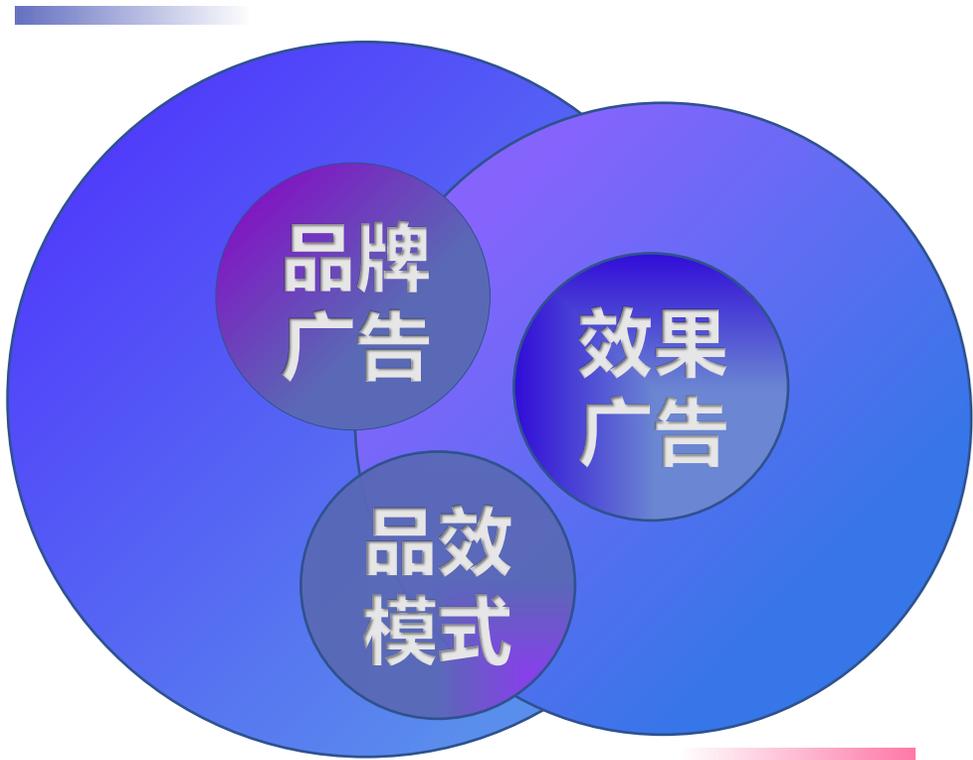


品牌化将形成**核心竞争力**  
抖音基于下沉引领力，助力品效合一

# 会展行业投放策略

全域精准营销模式  
赋能产业升级

# 流量产品矩阵新结构,覆盖多样化营销诉求



## 新的流量场景 & “品效模式” 创新,锁定目标用户

4大核心价值, 助力企业精准营销



# 定位用户需求，拆解核心痛点

## TO C 消费展会 (如车展/家居等)

平时购买各类产品价格高，折扣低

在不同品牌/门店之间对比耗时耗力

展会是否正规，售后服务是否有保障

批量购买享受多重折扣优惠

## TO B专业展会 (如机械/工业展等)

获取前沿技术信息，参与技术交流

大规模采购保障，可信度高、无纠纷

精细化对接，不用在展馆大海捞针

参展服务周到，入场门槛低

### 展会人群需求 &展会利益点分析

## TO C 消费展会 用户关注的利益点

底价/活动价/大折扣、多重优惠等

各类产品全，品牌多，一站式选购

品牌背书，货源正规，承诺售后

各类团购优惠政策

## TO B专业展会 用户关注的利益点

前沿技术聚集，展品阵容强势

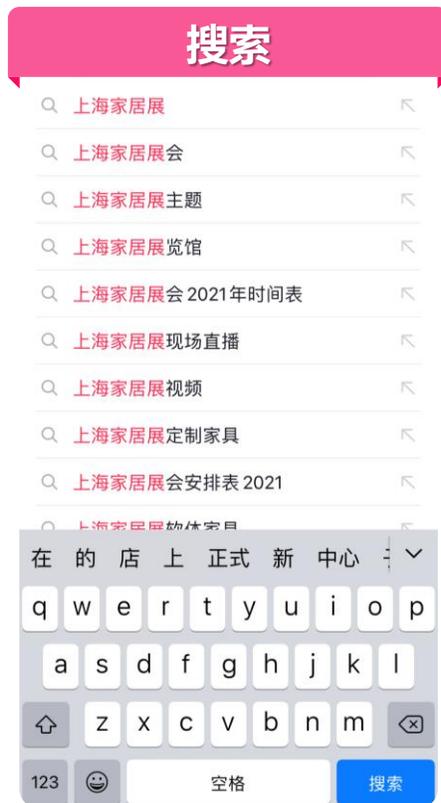
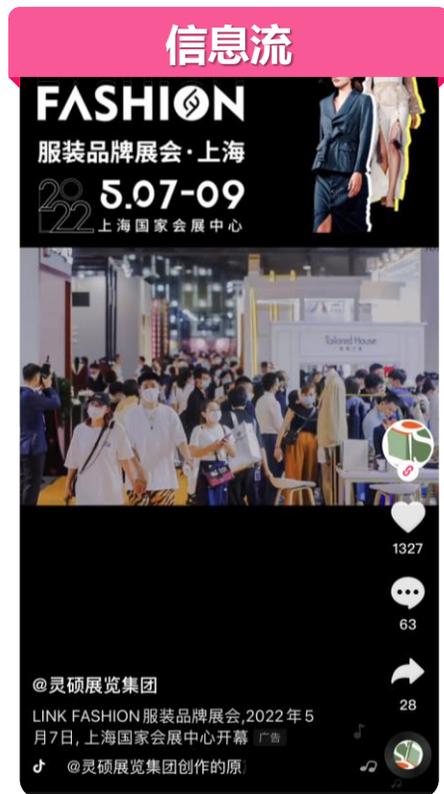
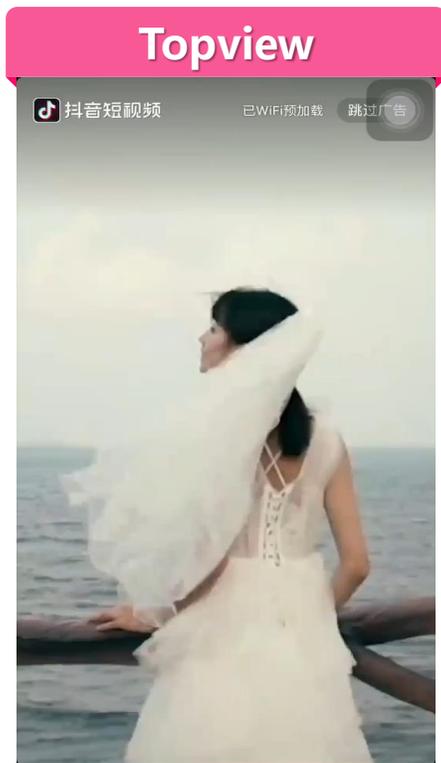
知名品牌多，展会影响力背书

省心省力省钱，供需合作快速对接

专车接送、油/路费补贴、免费门票

# 3大流量场景资源联动，深度拓客引流

核心资源联动，立体化曝光，深度覆盖目标用户



# 投放营销策略--多维组合定向

## 基础定向

- 基础年龄、性别
- 地域：展会举办地/临近省市/全国
- 投放端口（抖音、头条、西瓜、火山等）



## 种子人群/广告投放数据

- DMP上传精准观众人群，模型自动学习
- 种子人群（相似&好友）拓展
- 人群属性及行业标签两个维度，提取适配人群



行业专属人群  
数十，量出正当时



专属行业人群  
精准必备，错过等一年



新房人群  
新婚，其乐甚家

## 人群兴趣定向

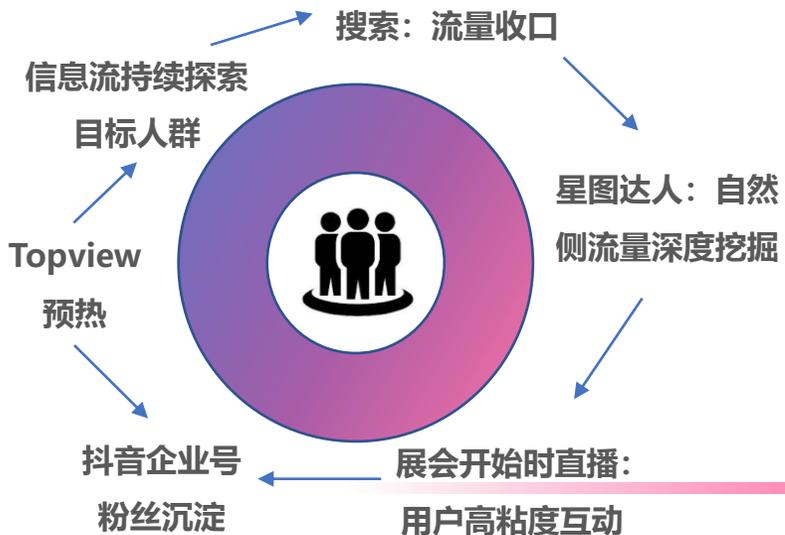
- 兴趣&行为标签：垂直行业or展会强相关标签，如车展-交通工具爱好者，家居展-家居控，机械展-资讯控。
- 关键词：展会专业关键词，如机械展-机械/智能装备/机器人/模具/金属加工等



# 投放营销策略—提升拿量

## 多产品矩阵组合

- 投放节奏:
- 核心展: 建议提前4-6个月预热; 前1月: 加大拿量。
- 其他展: 提前1-2个月预热.



## 快速拿量



- **合理预算分配:**
- 比如: 预热期20%, 50%维稳放量, 30%收量期;
- 建议统计往届报名时间与参会率数据, 合理调配



- **多账户:** 多产品投放, 获取更多流量
- **多素材:** 保持创意素材丰富度, 根据数据变化 (点击率, 互动率, 播放率)。经行调整, 并不断测试新素材



- **计划数量:** 相同时间, 广告位, 定向情况下, 计划数控制在10个以内, 避免因拿量分散导致起量变慢。

## A/B test效果比对

- 视频
- 标题
- 落地页

广告内容

竞争环境 定向配置 转化目标

投放效果



Part.2 核心组合玩法-助力产业升级

# 投放营销策略—转化链路

表单收集、在线咨询、卡券领取，多转化是目前展会行业投放重点推荐链路



## 表单提交为主要投放目的

建议结合卡券，在线咨询等多重转化目标-探索新玩法。以及结合直播，企业号团购等探寻新的机会。效果+品牌，搭建深度用户互动营销场景



**PART**

**3**

---

**广告投放创意素材  
运营指导**

# 落地页创意准则

## 主题设计

- ✓ 文字设计篇幅占比**不超过30%**，重要信息置于视觉中。
- ✓ **画质清晰，饱和度适中**，整体色系清新舒适
- ✓ 与展会内容相关性高，**切合题意**

### 案例1：车展



# 落地页布局

## 高转化的落地页具备哪些特点？



### 首屏

清晰突出重点，点明主题  
(最好与创意相呼应)  
展会时间、地点展示  
悬浮组件展示转化入口，  
提升转化率。

在这个头图中：  
信息传递明确、转化入口  
明显、排版清晰



### 第2-3屏

继续强调报名方式  
展会现场优惠活动  
活动往期盛况  
以及现场环境



# 落地页布局

## 高转化的落地页具备哪些特点？



### 数据概览



浏览触达



0%用户读到此处 100%用户读到此处

点击分布



点击量低 点击量高

注意力分布



关注度低 关注度高

# 广告落地页内容提炼法则



## ✓ 是什么

- ✓ 说明时间地点，核心优势
- ✓ 头图下方及表单
- ✓ 突出转化工具，引导当下转化
- ✓ 展会主题，时间，地点，门票领取方式

## ✓ 为什么

- ✓ 2-3项优势
- ✓ 避免内容冗长，分散用户注意力
- ✓ 清晰易读，降低阅读难度
- ✓ 优惠信息，参展品牌，

## ✓ 怎么样

- ✓ 已经使用的案例
- ✓ 再次打动客户
- ✓ 展会现场盛况，用户推荐
- ✓ 凸显展会的规模性，便利性。

## ✓ 打消用户顾虑

- ✓ 佐证卖点的资料
- ✓ 增强用户信任感，说服力强
- ✓ 往届精彩活动回顾、参展人数，火爆现场。

# 视频创意类型

目前行业素材同质化较为严重，以视频混剪+BGM，快闪为主。



# 创新素材值得尝试的方向

## 1、形式的创新：比如真人口播、开箱、探店，达人等不同的形式创新



# 创新素材值得尝试的方向

2、内容的创新：跳出展会现有套路，横向跨行业学习。比如原生化的内容，使用者现身说法、情景剧等。



# 爆款视频可复制的经验

建议时长：30-45s

竖版视频

>

横版视频

表现形式

原生视频

>

硬广视频

动态真人

>

图文轮播

内容

拍摄  
剪辑

画面清晰

定位明确

色调符合主题

热门BGM

.....

## 内容框架

需求引导

现状阐释

产品品牌

产品卖点

人群圈定

效果展示

优惠政策

## 开头引入

通知用户类

描述用户类

引出疑问类

制造稀缺类

道出秘闻类

对比过去类

提示变化类



巨量引擎

PART

4

行业应用场景及案例

商演会展行业  
应用场景与案例

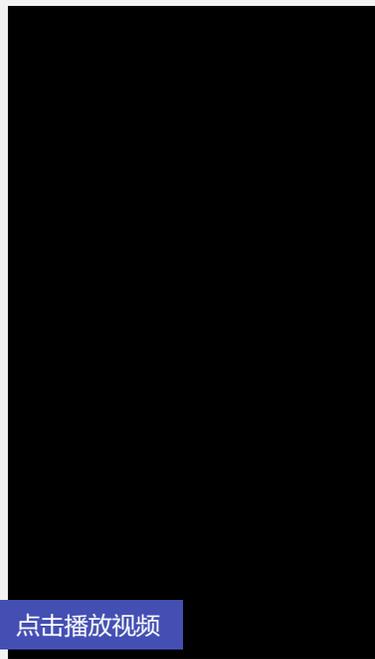
# Topview首位预热

## 优先展示

- ✓ 首位曝光多维度展示优质服务，使广告的消费者形成独家记忆
- ✓ 通过黄金点位曝光，获取超大流量引入私域，最大化曝光全量转化
- ✓ 关联企业号，快速涨粉裂变

## 常见样式

卫浴展览



婚博会



信用卡注册



潜水户外



# 星图达人推高热度

## 多样式展现

### ✓ 达人选择：优选头部达人

(达人组合时：粉丝量较多的头部达人，相比粉丝量较少但人数多的项目，带量效果更佳！)

### ✓ 垂类达人解说，增加展会品牌影响力，提升内容合作效，为品牌提供高价值内容服务

### ✓ 投稿任务高性价比，智能派单，展现形式多样，成本可控。

## 达人转化样式

### 投稿瓜分



### 带poi/话题地址



### 引流企业号



### 页面转化



# 线上线下一体化

## 线下展厅、活动联动区域互动，线上引导参与，提升项目曝光

### 线上线下一体化

线上直播联动线下展会、活动内容，线下号召用户扫码参加互动增，增加线下活动吸引力，同时提升线上互动人气提高poi热度，增加会展排名，提升城市榜单排名

- ✓ 户外现场易拉宝联动
- ✓ 展会现场活动打通
- ✓ 户外促销活动联动
- ✓ 品牌官网、社群等平台联动
- ✓ 其他品牌自有渠道引流



发动内部员工参赛，设置奖励



会展现场活动引导用户参与



线下活动联动、户外广告推广

# 品牌粉丝沉淀 搭建品牌与用户的沟通阵地

## 抖音已成为会展营销的蓝海阵地

### 粉丝积淀为品牌营销赋能

- 为会展提供全方位的展示
- 拉近会展与对应区域用户的距离
- 品牌自有营销渠道，营销方式更多元



# 创意玩法showcase

## 视觉画面

- ✓ 婚博会开屏预热铺量，强占黄金曝光点
- ✓ 信息流转化，品牌效果双管其下
- ✓ 搭建用户深度互动基站，提升品牌声量与粉丝粘度，经营用户私域流量

## 视觉画面示意



# 创意玩法showcase

## 转化链路

- ✓ 借力达人粉丝效用，撬动自然流量
- ✓ 增加搜索入口，为用户提供快速转化通道
- ✓ UGC活动转化线下用户，线下物料视觉强化，反哺线上直播，打造营销闭环

## 视觉画面示意



达人拓量



搜索收口



线下物料反哺线上直播



**THANKS**

本地消费业务中心-运营策略部-华东企服行业出品

2021.12.03 (FRI.) 10AM

## IM中国预登记系统介绍

演讲嘉宾: MIKE & ROBIN



**THANK YOU**

**TALK!**  
**MARKETING**