

# 疫情期间B2B企业 如何数字化



2020.04.07

作为市场营销人员，我们已经习惯随时为出现的变化做应对准备。在这样一个快速发展的行业，我们别无选择，只能积极主动地跟上节奏。

新冠病毒的不幸传播也不例外，全球的市场人员都开始重新审视他们的策略，努力地适应和克服困难。

病毒流行对企业最严重的影响之一就是大型的现场活动被迫取消或延期。展会、会议、节日、体育赛事和音乐会都不得不重新安排或完全取消。

PredictHQ透露，仅在2月份，冠状病毒就导致了取消和延期激增500%。最值得注意的是，原定于2月24日至27日在巴塞罗那举行的世界移动通信大会(MWC)也因病毒流行而被取消。

预计本月被取消的活动数量将会更高，取消活动的成本估计高达数十亿美元。

## 营销预算发生了什么变化？

许多企业仍然严重依赖于要求人们亲自到场的展会和传统营销；对一些公司来说，这是他们营销预算中最大的一块。因此，一些B2B组织正在削减他们的营销预算。

Moffett Nathanson公司的分析师Michael Nathanson认为，随着各公司纷纷削减营销预算，广告业的收入损失将达到260亿美元，降幅为10.6%。

**在这种转变中，公司努力重新分配的营销预算到digital中。**

对于正在走向数字化的公司来说，他们很快就意识到，因为他们在传统营销或广告上花了这么多钱，他们现在有一大笔钱可以花在其他地方。

即使把预算中的一部分用于在线工作，他们也可能看到他们online部分的增长，尤其是如果他们比竞争对手反应更快。

通过利用当前的数字化努力，或者——对部分公司来说——最终转向更现代的营销方式，公司不仅可以继续度过困难时期，而且还可以衡量他们的工作是否成功。

报告投资回报(ROI)是一件传统营销很难做到的事情。通过使用数字方法，我们可以更深入地了解诸如每月独立访问量、每次获取成本、广告支出回报、单个lead的成本等指标。

而且，如果你是一个已经接受了一段时间的数字策略的组织，现在可能是一个很好的时间来回顾和重新调整战略以适应当前的状况。

## 疫情期间充分利用数字策略的5个技巧

全球许多公司已经开始努力，开始想出创造性的方法来打破噪音，并通过数字渠道保持行业领导者的地位。

### 1. 举办线上活动或网络研讨会

如果我们企业受到了疫情影响，这并不意味着我们不能让客户团结起来，并仍然提供他们所期望的价值。

即使我们没有计划一个面对面的活动，举办一个在线网络研讨会或互动研讨会被证明是非常有帮助的，在这样的困难时期对我们的观众是非常有益的。

## 2. 为用户和搜索引擎优化网站内容

由于近期购买行为的被迫改变，人们在网上搜索东西的方式可能也改变了。

确保我们跟上了与我们的产品或服务相关的搜索频率最高的关键字，并进行头脑风暴来调整网站的内容。

另外，确保call-to-action仍然是用户下一步的最佳选择。

## 3. 围绕正在发生的事情创建内容

除了优化当前的内容外，我们还需要围绕新搜索查询创建内容，这一点非常重要。在这样的时期，客户希望尽可能多地了解疫情可能如何影响他们的日常生活和商业计划。

利用这个机会，为我们的posts收集更多的内容，例如为潜在客户制作weekly update，向他们展示我们和他们一样关心他们concern的事情，因此，你要让他们了解每一件重要的事情。

如果有必要，也可以写一份新闻稿，让媒体和更广泛的受众了解某个重要的特定主题。

#### 4. 在社交媒体上与观众互动

当我们开始创作新的内容，或者决定举办一个在线活动或网络研讨会来吸引目标观众时，在我们的社交媒体平台上分享这些信息会对数字传播范围产生巨大的影响。

#### 5. 视频

视频内容在过去几年里蓬勃发展，现在从电脑上制作视频比以往任何时候都要容易。

视频是唯一一种能让人们看到我们、听到我们、了解我们的内容。这就是为什么视频会有所不同。

由于视频提供了更多的个人感受，随着越来越多的公司开始接受远程文化，它可以以多种方式使用。

视频还可以用来**取代或补充网站和社交媒体平台上分享的文字内容**。考虑到78%的人每周都看网络视频，55%的人每天都看网络视频，为什么不把视频纳入我们的营销策略呢？

## 充分利用我们的数字营销成果

了解所有已经发生和将要发生的事情后，让企业快速适应并克服任何障碍是非常重要的。

如果有机会重新分配营销预算，考虑领先于你的竞争对手，实施更多的数字策略，如在线研讨会，现场或录制的视频内容，以及符合你的观众搜索的文字内容。无论花多少时间来制定和优化数字策略都将是卓有成效的。



Contact us  
[Lina.Pan@informa.com](mailto:Lina.Pan@informa.com)