

打通全域营销 破局长效增长

2023百度生成式AI浪潮中的
长效经营新范式

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

目录 CONTENTS

Part 01 长效经营，势在必行

用户：回归理性消费&高卷入决策，主动搜索愈发不可或缺
企业：流量见顶，获客成本攀升，企业主动探索长效经营
技术：生成式AI带来服务经营新范式，企业积极拥抱新营销
百度：长效经营破局困境，助力企业收获营销新增长

Part 02 主动经营，互利共赢

百度营销生成式AI下的长效经营全景图

经营机制：商家等级体系

经营阵地：智能站店&商家BOT

经营能力：AI内容&全域分发

AI工具&服务获客

私信&评价经营

Part 03 优秀案例指引长效经营实践

「长效经营」综合案例

「具体能力」案例

报告说明

本报告基于以下真实调研数据撰写

网民问卷调研

- **调研目的：**

了解互联网用户消费行为趋势，以及消费决策过程中的触媒习惯和影响要素

- **调研方式：**在线问卷

- **调研目标贴合中国网民行为及画像结构：**

- ① 平均每日手机上网时长 ≥ 3 小时的网民（不低于中国网民每日平均上网时长）
- ② 男女比例=1:1（贴合网民性别结构）
- ③ 覆盖18岁以上各年龄段人群（贴合网民年龄结构）
- ④ 覆盖各线城市（贴合网民城市线结构）

商家调研

- **调研目的：**

了解商家互联网广告投放现状、对营销技术趋势的研判、营销平台及工具使用体验，以及对长效经营的理解和态度。

- **调研方式：**在线问卷 / 深度访谈

- **调研商家覆盖各行业且重视网络营销，被访者对网络营销有深刻认知：**

- ① 覆盖建筑装饰、商务服务、教育培训、心理咨询、房产家居、生活服务、整形美容、社会公共、机械设备、医疗服务、招商加盟、化工能源等十余个主流行业商家
- ② 覆盖不同规模企业，其中小微企业占比更多
- ③ 被访者均为相应量级企业中负责营销推广投放的决策人，或者营销推广的关键参与者，非常熟悉公司的营销推广投放规划和具体工作内容
- ④ 被访者均为所在企业中层及以上管理职位，如营销总监等
- ⑤ 被访者所在企业过去一年线上营销预算在总营销预算占比不低于30%

营销专家调研

- **调研目的：**

了解互联网营销最新趋势，听取专家对于“生成式AI”以及“生成式AI下的互联网营销”的看法

- **调研方式：**深度访谈

- **调研专家深耕营销领域，对生成式AI及网络营销具备深刻见解：**

- ① 在某一具体营销领域取得一定研究成果，如著作等
- ② 在网络营销领域具备一定的知名度，包括个人及成果等
- ③ 对“生成式AI”这一新兴事物有独到理解，并能结合网络营销产出观点
- ④ 在知名大学、头部互联网公司担任相关岗位，如大学教授、网络公司营销顾问等

百度寄语



王凤阳

百度集团副总裁

移动生态商业体系负责人

百度文心一言率先向全社会全面开放，生成式AI在引领各行各业的变革。百度营销基于文心大模型正在持续重构自身商业产品，帮助商家在智能化满足用户更高维需求的同时，共同探索生成式AI下的长效经营新范式，真正实现企业营销层面的“AI人人可用”。

百度营销智能商家经营平台，作为企业长效经营阵地，持续与时俱进、驱动创新，更好地服务企业客户稳健成长与发展。智能商家经营平台通过商家等级体系，为企业提供明确的成长路径；通过生成式AI技术重构经营全链路，从阵地搭建、AIGC内容经营、私域沉淀到后链路反馈，为企业在平台上经营的每一步提供更优解；通过更领先的经营工具和组件，助力每一位商家实现“极简经营”和“智能经营”。

作为企业营销道路上的忠实伙伴，我们坚持用科技的力量开拓创新，秉承长期主义的思维笃定前行，始终为企业伙伴提供优质服务，坚实陪伴共同成长，构建未来营销的新蓝海。

益普索寄语



冯永华

益普索（中国）咨询有限公司

用户体验与创新事业部 董事总经理

元宇宙研究院 院长

后疫情时代消费决策变得更谨慎，决策周期也变得更长。这一现象背后反映的是大众消费诉求向产品本质的回归，整体消费观变得更有计划性和长期性。而对于广告营销内容，消费者的态度更加审慎同时又不乏有对情感共鸣的高度期待，从而也变得更为挑剔。

商家的线上营销由此面临更大的挑战。如何搭建消费者的长期关系通路，同时从理性和感性角度建立品牌忠诚度壁垒；如何进一步优化人效比，提升营销的ROI等等，都是摆在商家面前的重要课题。对于商家而言，为最大化提升营销的效率和效用，革新营销理念，建立长效经营思维势在必行。

新营销理念的践行、新营销工具的应用离不开前沿技术的支撑。生成式AI的出现和在营销平台上的应用，让我们有机会看到更具想象力的营销系统。营销平台如何通过AI赋能商家的长效经营，商家如何更好地学习和利用营销平台的AI能力，将是未来营销领域内的一个重要课题。

《打通全域营销，破局长效增长》为商家长效经营提供了科学的方法论和实操指引，相信对于线上经营将大有裨益。

专家寄语



孙道军

中国传媒大学经济与管理学院教授

数字经济发展研究中心主任

我们正身处一个崭新的时代，人工智能技术的飞速发展已经将我们带入了一个数据驱动的人工智能时代。数字化转型已成为各行各业的必然趋势，互联网营销领域亦不例外。在整体宏观经济和流量生态的影响下，企业的互联网营销正面临前所未有的挑战，而智能化则是营销创新和持续发展的必然之路。

人工智能，特别是生成式人工智能技术，正在以一种全新的方式彻底改变传统营销的工作模式，为互联网营销注入全新的活力和机遇。这个时刻让我们看到，企业有了更多的突破和创新机会，在营销领域大放异彩。

“降本”和“增效”一直以来都是营销发展的核心需求。生成式人工智能为企业提高营销效率和降低运营成本带来了革命性的机会，为整个营销生态系统的优化和重构提供了颠覆性的可能性。AI生成的初始内容突破了现有营销思维的惯性，激发了企业对于营销方向和策略的前瞻性探索；同时，AI还有助于企业实现“全链路精准营销”，贯穿客户旅程的每个环节，从触达到沟通再到转化，都得以更加精准地实现。此外，AI还助力了营销运营成本的下降，提高了企业在市场环境中的竞争力。

面对未来的营销竞争，当流量红利逐渐减弱时，AI的能力将决定着平台的核心竞争力。我们的白皮书《打通全域营销，破局长效增长》将引导商家如何充分利用生成式人工智能的浪潮，提高营销效率，实现可持续的增长。我们期待商家能够借助这一指南，开启新的营销策略，实现商业价值的持续增长。

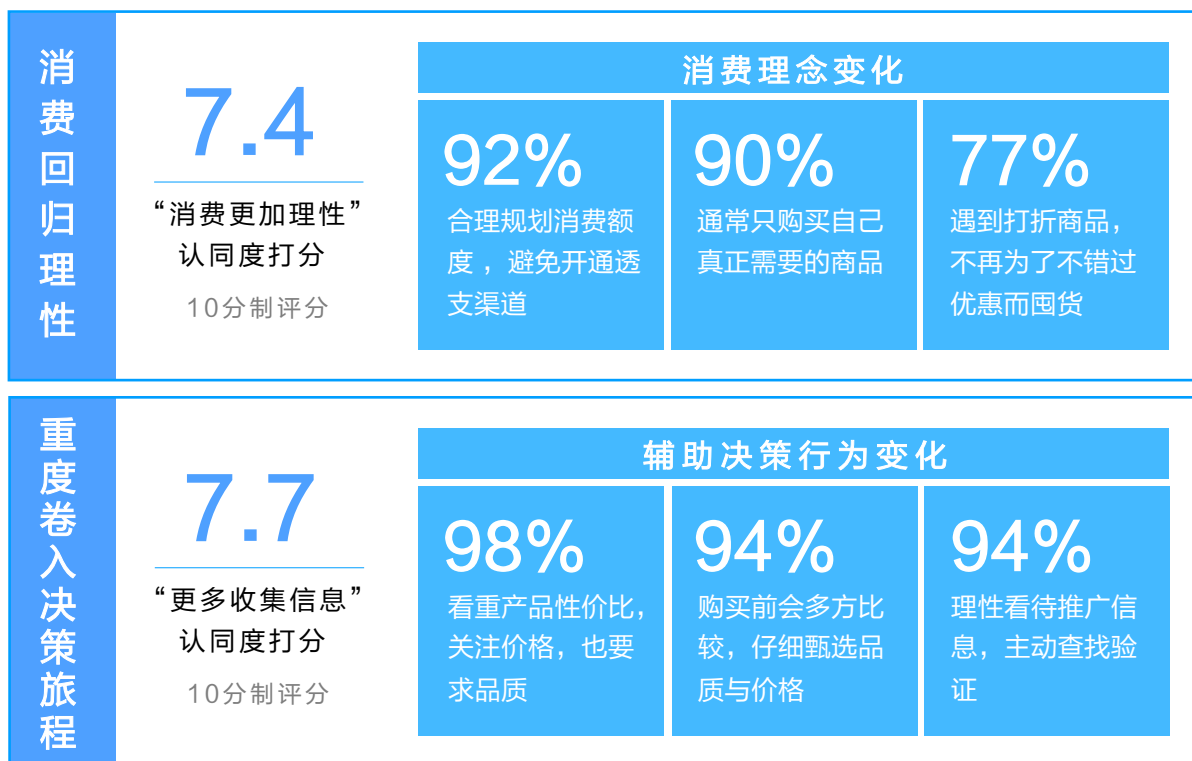
Part 01

长效经营 势在必行

后疫情时代，消费者回归理性消费且高度卷入决策，同时企业也面临“流量见顶，成本攀升”的营销困境，长效经营成为企业经营趋势；生成式AI满足用户需求变迁，百度依托AI技术优势为企业带来营销新范式。

用户：回归理性消费&高卷入决策， 主动搜索愈发不可或缺

用户回归理性消费，亲力亲为重度参与到消费决策



- 像我们装修行业，客户考虑因素多，花钱会更慎重一些；客户会多渠道、多目标对比，决策链路更长。

——建筑装饰商家

- 疫情后客户有更多的时间停留下来，对教育资源、企业口碑、师资力量、未来发展都有所考虑，更理性了一些，买课也比较谨慎。

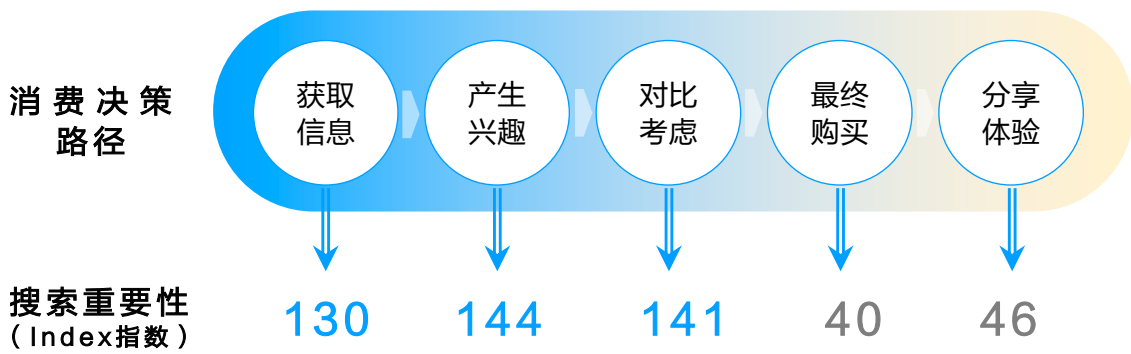
——教育培训商家

- 整体消费相对保守，对未来经济预期信心不足
- 消费结构变化，恩格尔系数增长
- 长期性、计划性消费凸显
- 消费更加理性，更讲求实际，对价格更敏感

——专家观点

数据来源：2023年网民/商家/专家调研

搜索在消费决策的前中阶段发挥关键作用，是用户主动获取信息的重要入口，辅助消费决策



在用户整个购买决策过程中，搜索平台尤其在获取信息、激发兴趣以及产品的搜索对比环节扮演重要角色，且用户认同搜索在进一步深化产品/服务认知、提升信赖度以及促进购买决策方面的积极作用。



➢ 百度是用户搜索与决策的第一入口，比如说空调故障后，先搜故障查找原因，然后搜维修多少钱或者能不能修好，紧接着搜附近的维修点和维修师傅……用户在搜索的过程中产生购买需求并对比挑选，最后决策购买。

——生活服务商家

数据来源：2023年网民/商家调研
Index用以衡量与平均水平强弱势的指数，Index≥120表示显著高于平均水平

企业：流量见顶，获客成本攀升， 企业主动探索长效经营

流量红利不再，企业营销陷入困局

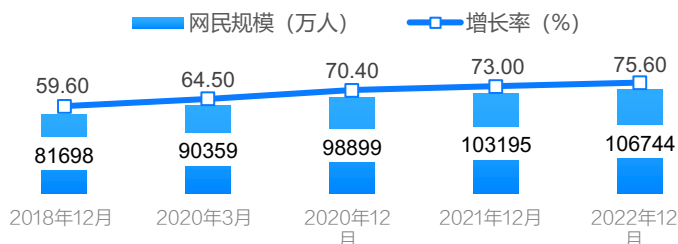
人口红利消失 流量见顶

人口负增长叠加
互联网普及率增
速放缓，互联网
营销流量红利不
再

人口自然增长率持续降低，转为负增长

4.93% 2015 → -0.6% 2022

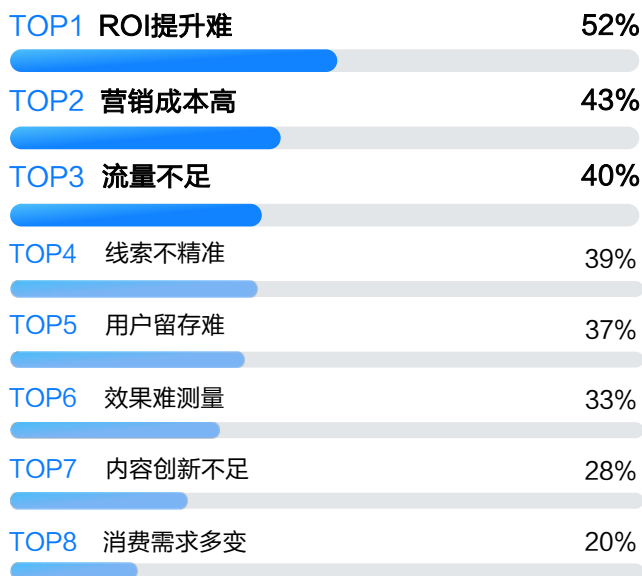
2018-2022年网民规模及互联网普及率



获客成本攀升 ROI提升困难

企业营销效率降
低、营销成本走
高、ROI难以满
足增长需求

商家营销面临的挑战 TOP8



➤ 投入成本很高，怎么样精准获客是一个难点。

——教育培训商家

➤ 平台成本越来越高，只有提价才能获得更多流量，投产比下降。

——生活服务商家

数据来源：国家统计局/CNNIC-《中国互联网络发展状况统计报告》
2023年商家调研

企业主动探索长效经营之道，着眼长期价值，在内容、服务上加重投入

企业开始长效经营的探索：企业在当前的增长压力之下，开始主动探索长效经营；从企业的营销目的来看，增加销售线索依然是不变的基本诉求，但日益开始“注重口碑的经营”，以建立长期的用户关系；同时“重视建设私域”，追求全生命周期价值

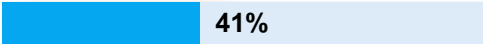
商家营销目标

短期目标

增加销售线索



提升转化效率



长期目标

优化口碑，增进用户关系



建设私域，促进复购留存



夯实内容，强化品牌形象



综合优化，提升品牌认知



➤ 市场部不光要获客，也要做我们自己的品牌，促进我们品牌的营销转化，获得可持续增长，以及品牌的长期培育。

——教育培训商家

➤ 我们现在已经从短期、单次的转化策略，调整为更长期的转化策略，强调科学、平稳、健康且可持续的生意发展。

——房产家居商家

数据来源：2023年商家调研

企业如何实现长效经营？

精准投放 高效获客

我是提倡精准获客的，以最精准的方式进行引流、获客，从而达到规模化业绩增长。

——企业财税商家

内容破圈 口碑造势

口碑的经营，让我们的品牌有传播性，其次就是内容要不停地优化更新，付费流量带动自然流量。

——房产家居商家

多维渗透 持续激发

长效的话肯定是经过长时间的一个投入……内容的投入，经营的投入，还有营销上多维度的经营和建设；最终肯定是提高用户、商家、平台三者之间的忠诚度，是一个互相依存的关系。

——生活服务商家

扎根经营 经久不息

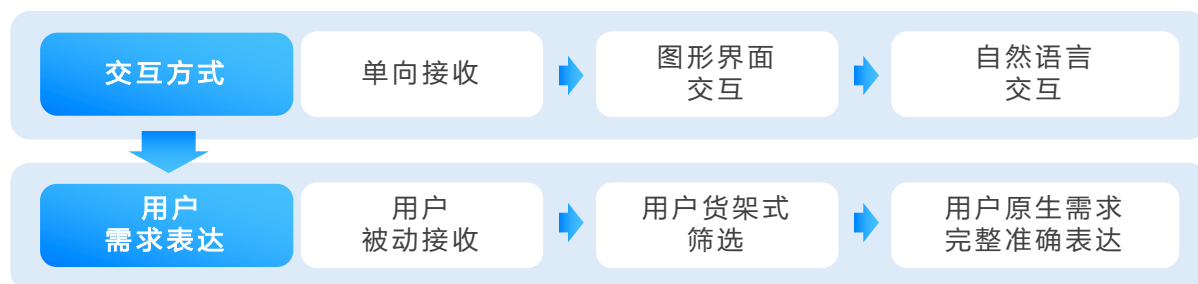
我们希望跟平台合作是共同成长、共同发展的，也希望在平台上投更多的费用和成本，希望平台有更多的扶持和支持。

——企业财税商家

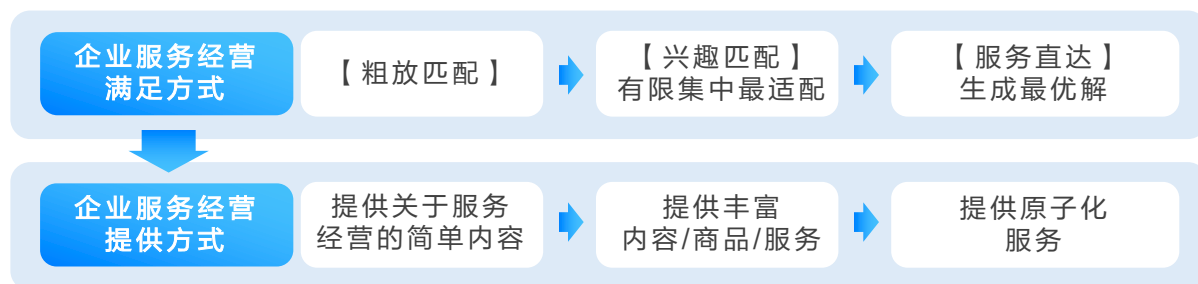
数据来源：2023年商家调研

技术：生成式AI满足用户需求变迁，带来企业服务经营新范式，企业积极拥抱新营销

交互方式的变革，带来用户需求表达的新模式



用户需求表达的变迁，带来企业服务经营新范式



生成式AI应用前景广阔，有望成为未来商家经营重要工具



85%企业
知道AI营销

33%企业
已应用AI营销

74%企业
未来有尝试意愿

- **生成式AI将变革全链路传统营销方式：**生成式AI对于效率的提升、成本的降低都会发生革命性的变化。用AI生成的初始内容，能够刺激营销思维，助力企业探索营销方向和策略；同时，生成式AI能助力企业实现“全链路精准”，贯穿目标人群触达、沟通转化各环节。

——专家观点

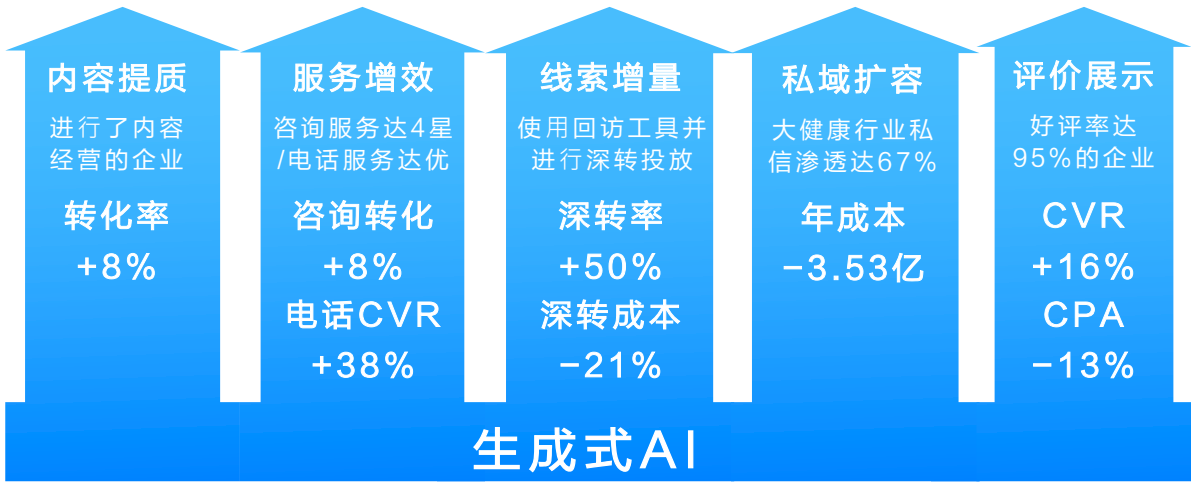
数据来源：2023年商家/专家调研

百度：长效经营破局困境，助力企业收获营销新增长

基于AI技术优势，百度长效经营企业与时俱进



生成式AI重塑商家经营，百度企业收获营销新增长



➤ 智能客服几乎是能够完成与人工客服一样的问答服务，而且能减少一个客服也就是1万块钱的成本，24小时回复，回答效率更高，第二天能够转给我们的销售直接对接，不会错过任何客户。

——教育培训商家

➤ 百度有私信提醒客户再次咨询，这个比较好，可以二次唤醒客户，促进高潜意向客户的有效转化。

——心理咨询商家

数据来源：2023年商家调研

Part 02

主动经营 互利共赢

百度基于生成式AI重构营销全链路，为平台商家的长效经营提供经营机制保障、一站式的阵地支持以及体系化的经营工具和组件，助力商家长效经营。

百度营销生成式AI下的 长效经营全景图



营销全链路AI重构，助力商家长效经营

经营机制：商家等级体系提供长效经营机制保障，营造良性经营生态

集中全域资源，驱动商家主动经营，营造相互依存、互利共赢的良性经营生态

百度营销以营造商家与平台之间相互依存、互利共赢的良性经营生态为出发点，构建起一套「百度商家等级」评估体系，牵引商家在百度全域内进行内容、服务、经营、营销等多维度的经营建设，助力商家更高效可持续地在百度获客。

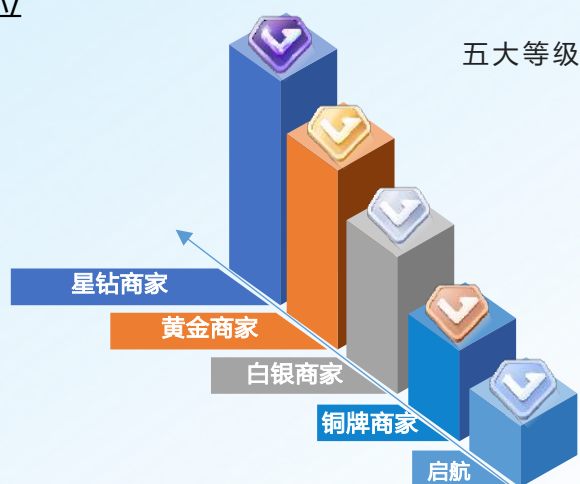


等级体系

等级模型 | 评估账户服务能力
商家等级 | 明确账户定位

成长定位

百度基于商家的经营现状，评估账户的服务能力，明确账户定位。目前商家等级按照五级体系来构建，入门等级为启航商家，最高等级为星钻商家



权益体系

权益分层 | 优质商家享有权益，等级越高权益越多

权益辐射 | 形成正向的服务生态

公域权益

- **品牌权益组合：**

- ① 优质商家标签：广告创意前卡、落地页头部尊享优质商家标签
- ② 头卡高级样式：基本鱼开店专享，店铺首页头卡高级样式
- ③ 搜索出卡：基本鱼开店专享，搜索品牌词/店铺词出聚合卡

- **彩卡免费流量扶持：**

生活服务行业基本鱼开店商家专享彩卡免费流量扶持

- **SEO免费流量扶持：**

基本鱼开店专享，SEO流量扶持

商域权益

- **商业流量扶持：**投放搜索推广获得额外流量增益
- **投放折扣券：**连续4周金牌/星钻，可领取投放折扣券
- **成长好礼：**首次达金牌/星钻，可抽奖赢好礼
- **功能权益组合：**
 - ① 资产权益增益：站点数量上限1000个
 - ② 优质第三方服务：0.1元诊断落地页

私域权益

- **定制私信主页信息：**有效增强用户信息获取，增强品牌调性
- **优质评价自定义置顶：**强化辅助决策动力，口碑刺激转化达成

不同等级商家长效经营结果

商家等级提升，带动线索成本降低，效果全方位增长

商家由 启航 提升至 星钻 商家：



优质商家等级持续周期越长，收益越高：



经营阵地：智能站店+商家BOT实现经营一体化，打造长效经营阵地

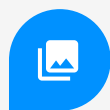
智能站店：营销全链路AI重构，智能“建+投”
实现全链极简经营

智能站店



提升建站/店效率

易懂的对话式交互，基于商家提供的业务信息，AI精准解析，10min内可生成N站点+1店铺



丰富商家物料资产

基于文心大模型精准匹配图+文，生成高质量产品、问答、落地页等内容，解决商家无图、少图、图差等基建差的问题



智能投放扩量提转化

AI智投自动调控成本+自动定向，精准拓量稳成本
程序化投放系统智能优选页面，提升转化效果



店铺阵地经营促留存

全链路操作提效，释放商家精力，可基于店铺主阵地进行长效经营，获取更多权益促进商家留存

对比人工耗时大幅缩减

对比人工建设美化：

2天→2h

投放转化率明显提升

对比普通投放：

+29%

基本鱼智能站店-工具效果（%）



➤ 组件选择丰富，能够提供在线咨询、表单、电话等常用模块。

——心理咨询商家

➤ 商家可根据需要自定义上传素材，上传过程便捷。

——生活服务商家

➤ 模板设计美观，商家还可以自定义修改模板内容。

——房产家居商家

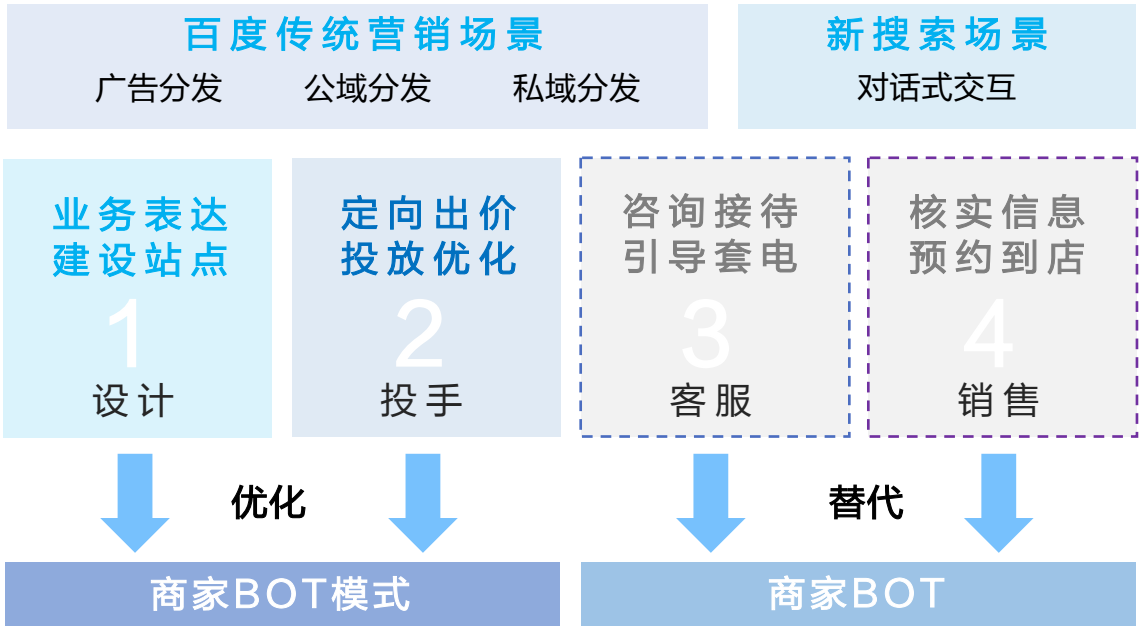
数据来源：2023年商家调研

更多免费行业报告

并购家

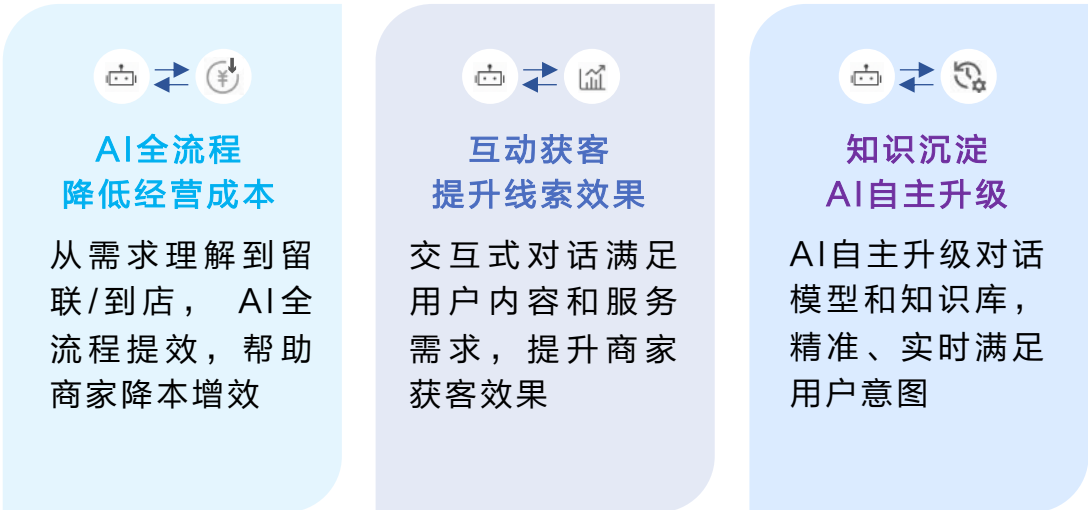
www.ipoiipo.cn

商家BOT：聚焦新老搜索场景，提供商家线上经营的一体化经营解决方案，实现互动营销转化提升



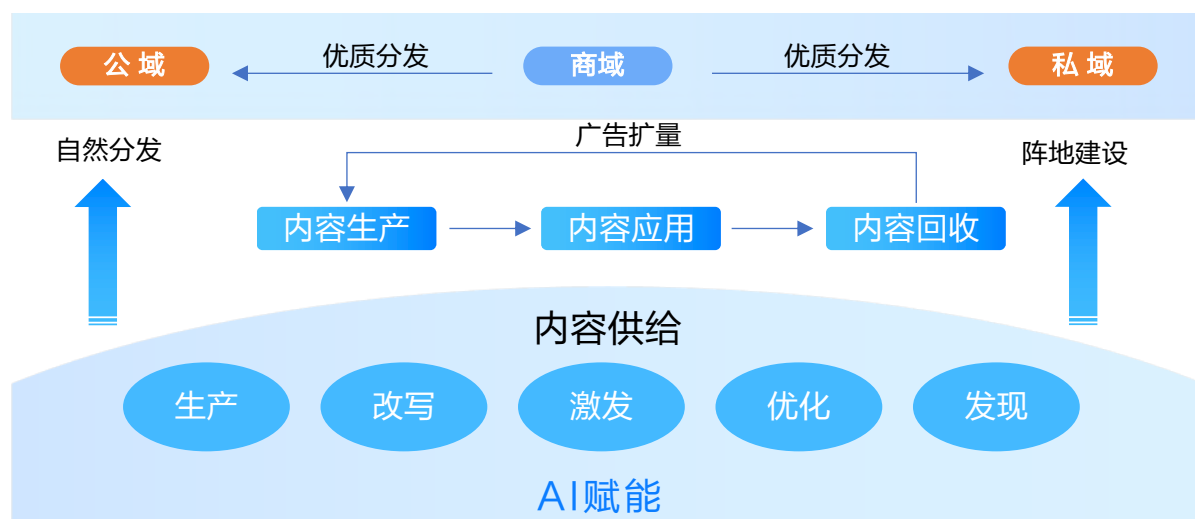
商家BOT优势

商家BOT替代人工降低经营成本，通过多轮交互式对话，实现互动营销转化提升，提升经营效果



经营能力：内容全场域分发应用，AI赋能内容经营全场景

全域分发：公、商、私域全场一站式打通，助力商家用户资产沉淀



基于AI全景内容经营能力，生成优质内容，提升内容质量，实现高效引流

六项AI内容能力，贴合商家三大内容场景需求

无内容

AI高效生成
提升内容生产效率

AI内容创作

作为prompt，生成产品内容或问答内容，个性化满足客户需求

AI推荐问答

AI挖掘商机query，智能生成常见问题及优质答案，推荐问答

AI问答灵感激发

强化AI内容创作辅助能力，融合客户内容创作力与平台AI创作力

内容质量差

AI优化内容质量
提升用户体验

AI产品内容改写

结合商家已有数据资产，生成适合广告投放的内容

AI回答质量优化

AI智能改写为优质内容，提升优质内容生产效率

内容价值低

AI挖掘热门内容
智能推荐

热门商机发现

策略挖掘热门商机内容，生产更符合客户需求和用户需求的内容

经营能力：智能接待工具优化服务效率，促进线索转化，助力营销全链路优化

AI工具能力：生成式AI让人机深度交互，辅助商家全链路降本增效

AI 机器人

降低人工成本

智能客服具备问询、对话、引导留资能力，可完全或部分替代人工客服工作

提升接待效率

解决繁忙无法接待、晚间周末等闲休时间无法接待等问题

优化服务质量

帮助客户通过BC多轮互动提升线索有效性，咨询场景过滤低意向人群

强化获客能力

7*24h接待，全天候获取线索；上下文语意精准理解，全流程引导留联



- 业界领先，适配全行业商家不同业务
- 无需人工预设任何模版，AI自主学习海量优质话术
- 千人千面个性化服务，AI全流程引导留联

对比其他厂商
留联率+121%



对比人工客服
留联率+88%



对比离线表单
留联率+150%



AI工具能力：AI机器人有效解决商家实际经营中的核心痛点，良好的使用体验收获高价值认同

调研数据显示，经营成本高、效率低、时效性差、留资率差是商家服务经营中面临的主要痛点

服务运营成本高

人工成本高，培训成本高，运营成本高

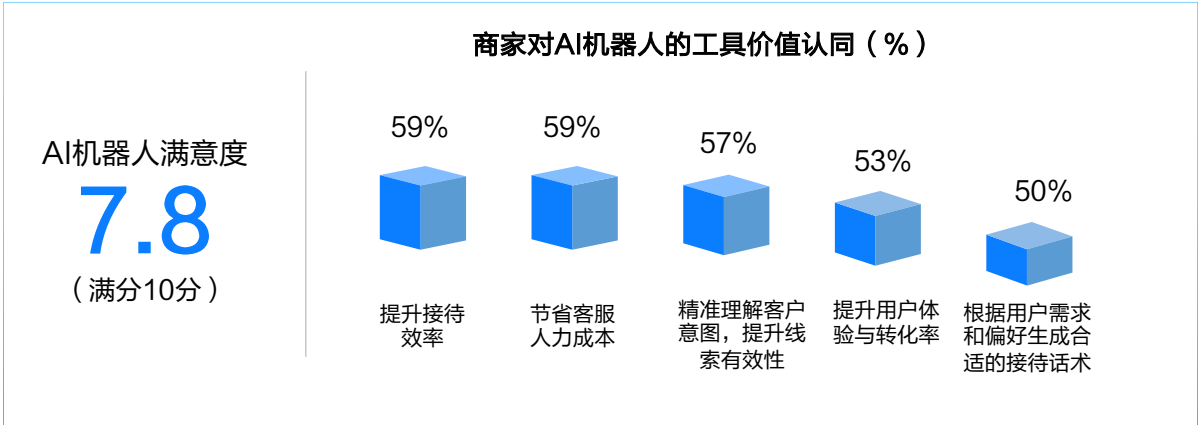
效率低、时效性差

繁忙无法接待、人手不足无法接待、闲时休息时间无法接待

服务接待体验不佳

人员素质不一、服务不统一、满意度无法得到保证

商家对于AI机器人的使用体验良好，AI机器人在降低人工成本、提升接待效率、优化服务质量和强化获客能力方面的工具价值得到认同



➤ 相较人工，智能客服回复效率更高；机器人回答的相关度越来越高，客户的问题基本八九不离十的都能识别，并且给到一个精准的回复，这是最直观的感受，而且很多用户感觉不到是智能客服。我们现在同时推广多个账户，但我们就一个客服，其他都是机器人接待，相较以往获客数量提高了30%。

——企业财税商家

数据来源：2023年商家调研

经营能力：智能服务评估体系，赋能商家精细化管理，打造优质服务体验

服务智能质检：商家客服智能评估，助力经营效果提升

客服服务水平 评估现状

客服
评估难

制定
标准难

- 人力抽检：耗费人力、存在漏检情况
- 购买第三方工具：每年花费10w+
- 制定标准：参考历史经验

服务AI智能质检



平台定指标，转化提升



优质服务商家，权益矩阵



AI能力，精细化智能质检



免费质检工具

优质 VS 普通商家

转化率+21%

展现增幅权益

额外获得

3%~17%

流量扶持，扩大漏斗

展现机会

标识/金牌客服权益

增强背书，提高转化



* 优质商家：服务质检分1-5星，当达4/5星即为优质商家

服务获客：基本鱼回访工具助力线索经营，商家「线索留资」到「线索经营」，深耕咨询场景，高效获取有效线索

智能识别线索意向，反哺广告投放，打造有效线索正循环
意向线索量 +50%，转化成本 -21%

- 有效线索优化广告模型，投放更加精准
- 支持无效线索返款，为线索经营保驾护航



全场景智能外呼机器人，实现降本提效

📍 高效回访，潜客高效抢先触达

即开即用 线路稳定 无需培训

🏠 AI外呼，精准识别用户意向

精准过滤 潜客筛选 商机识别

💬 人机智能协同，加速转化

多轮应答 精准过滤 高效管理

支持各类线索回访方式，有没有CRM都能用

轻量级线索管理	集成CRM系统	咨询回访
短信线索通知	API开发	合作IM厂商 53 易聊 快商通 ...
百度营销APP	合作CRM厂商 EC 螳螂 云朵 销客统 纷 尘锋 ...	
营销通线索详单		

经营能力：私信+评价经营商家与用户的长期关系通路建设，全面建设用户心智

私信经营：百亿级流量曝光，撬动千万潜客增量

用户搜索-留资存在的问题及机遇

长

用户趋于理性，
决策周期变长、
考虑成本变高

断

未转化意向用户与
客户之间易断联

增

咨询断联用户量
大，二次营销增
量机会点

内容激发

聚焦品牌内容
及服务经营，
助力提效用户
转化

品牌认知 宣导



文本回复



官方链接

核心业务 介绍



产品



案例



人员

核心转化 引导



电话



表单



卡券



商品

结合网民画像
和搜索行为智
能化推荐菜单
内容；增加机
器人客服促开
口转化

多点触达

依托百度应用
消息阵地，新
增APP底部消
息入口，流量
释放

PUSH唤醒强势配图，默认商家标识且支持配置

百度应用
推送

应用内横幅
提醒

应用内小红
点提醒

线索跟踪

线索唤醒开放，
经营点促转化

咨询线索追踪

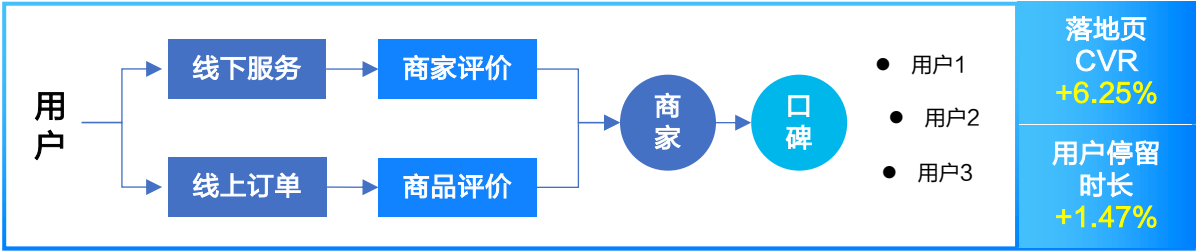
覆盖开口未留联
精准触达

非咨询线索唤醒

覆盖表单&电话&微信
经营拓展

评价经营：评论定向促经营&多元玩法促评价，全面建设心智

构建服务反馈回路（服务评价体系），收集有效真实反馈，辅助商家提升服务质量；长期形成良好口碑，降低决策成本，促转化



评价全链路经营升级，商家服务定向优化

服务评价全阶段建设经营点，打造商家可控的服务评价链路闭环

评前

评中

评后

商家配置评价项
用户针对性反馈预期方向

总体评价+服务人员评价



评价置顶

评价管理

评价标签披露优化



提供多元玩法，引导用户反馈

丰富玩法降低用户评价门槛，提高评价效率，多维孵化用户评价心智

平台互动玩法

私域二次触达

AI生成评价



Part 03

优秀案例指引 长效经营实践

「长效经营」综合案例一

生活服务商家深耕长效经营， 实现品效双驱动增长

主营业务：

专业家电维修服务平台，提供家电维修清洗、房屋维修等服务

● 长效经营效果

+36%
展现

+147%
私信线索增长

+22.8%
私信留联率

-23%
成本

● 长效经营方案

重视店铺长效经营，成立长效专项组

- ① 经营评价，累计3k+评论，订单评价率22.5%，优质评价率14%
- ② 经营私信，分时唤醒定制方案，结合卡券提升转化，月均挽回流失线索500+
- ③ 经营百家号/群聊，累计1.8W粉丝，社群开口率37.5%

1. 私域经营



私信经营



群聊经营



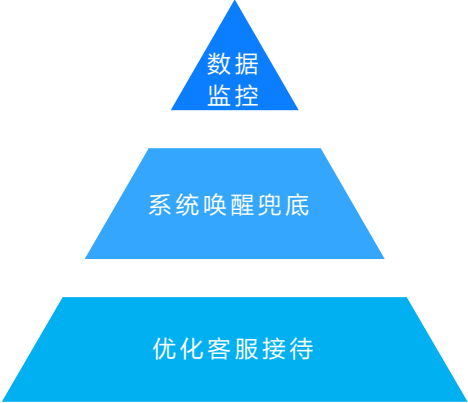
百家号经营



线下评价引导

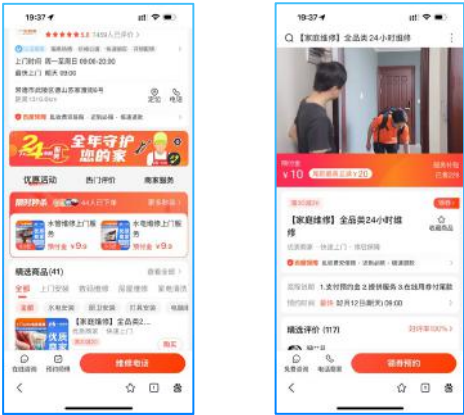
使用私信唤醒，激发网民咨询开口

- 实时监控私信数据和客服表现，调整系统话术和客服接待水平
- 辅助建立系统唤醒语承接，露出业务范畴，引导网民开口和主动留联
- 针对客服主动唤醒积极性不高、延迟接待私信网民等问题进行调整



2. 阵地经营

开展限时秒杀、优惠券等营销活动



3. 等级权益

私域、店铺等经营动作推动商家等级提升，进而获得等级权益，展现量提升



「长效经营」综合案例二

评价经营新玩法， 赋能法律商家全域经营实践

主营业务：

婚姻家事、刑事问题、交通事故、劳动工伤等综合法律服务

● 长效经营效果

+48%
展现

-54%
线索成本

-7%
咨询成本

● 长效经营方案

- ① 重视优质内容建设，1000+条内容资产
- ② 加强客服培训，优化客服接待话术等
- ③ 经营评价，由律师维护自身在评价区的口碑，将评价页作为个人展示空间，有效降低咨询成本7%，降低线索成本54%，商家等级提升至星钻，获得流量奖优
- ④ 经营私信，自主开展营销活动，发放咨询代金券

内容经营



优质内容分发

评价经营



经营反馈

私信经营



自主营销

「智能站店」优秀案例

智能“建+投”助力实体商家， 实现全链路极简经营

核心痛点：自建站店的费用及时间成本高，质量难保障

经营亮点：通过百度提供的广告落地页整站生成以及原子化建站工具，提升落地页质量、转化效果

经营概况

主营业务：铁艺加工厂，主营铁艺门、围栏、阳台护栏等

商家属性：首次使用智能站店的中小商家

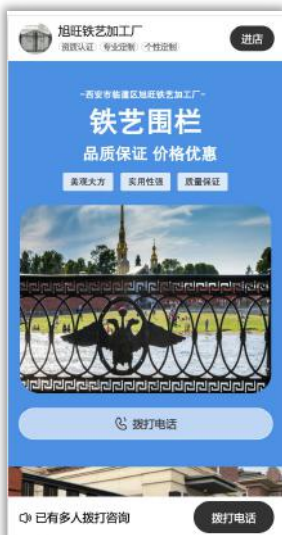
工具效果

+4.1% **-75%**
线索转化率 线索成本

● 内容优化方案

利用智能生成的店铺页和营销页，同时投放网链+本地店铺推广，智能页面获量能力更强，转化效果更突出，账户预算利用率107%

智能营销页



智能店铺页



自建营销页



「内容经营」优秀案例

内容深化经营与落地页持续优化，多样性与丰富度增强营销吸引力

核心痛点：商家自建内容对用户吸引力不足，转化效率低
经营亮点：采纳AI推荐内容到落地页，提升落地页内容质量，进而促进商家等级提升，获得流量奖优

经营概况	经营业务 养老服务	商家诉求 获取更多流量
------	--------------	----------------

● 内容经营效果

从金牌商家成长为星钻商家

解锁权益：

星钻商家流量奖优、资产权益(建站上限10000)，优质商家标识

经营重点：

- ① 评价经营：好评率100%
- ② 内容经营：优质落地页得分4.3分
- ③ 服务经营：电话接通率97%
- ④ 商家经营：满分5分

24%
新增展现



「服务经营」优秀案例一

全时段AI机器人高效引导留联， 通过咨询提升线索有效率

核心痛点：人员成本高且质量不一，转化效果差；人员时效性不足

经营亮点：切换AI机器人，提供24H服务，AI自主学习迭代，持续提升转化能力，实现服务环节降本增效目标

经营
概况

经营业务
高端家居装修涂料

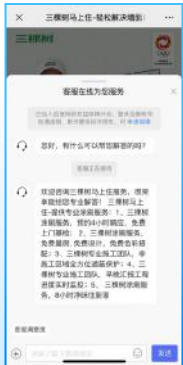
● 服务经营效果

+50%
转化率

-30%
线索成本

● 服务经营方案

- ① AI机器人千人千面拟人对话，服务获客过滤低意向人群
- ② 全账户添加咨询组件，AI机器人24小时高效获客



「服务经营」优秀案例二

全切AI机器人释放人力成本， 解决无人工接待痛点

经营概况

主营业务：大型综合律师事务所，主营综合领域法律服务

投放目标：投放搜索，主要以咨询转化为主，专业在线咨询团队获取线索后，由专业法律顾问进行线索跟进

工具效果

+47%
线索转化率

● 服务经营方案

人工客服无法24小时接待

前期：离线表单承接咨询

- ！无人工场景，线索获取效率低
- ！开场+表单的形式，无法解决问题
- ！会话简单，未多轮刺激网民留联

转化率低，线索成本高，
人工成本高

尝试AI机器人代替人工客服

后期：账户全切AI机器人

- ✓ 无人工场景，有完善的接待能力
- ✓ AI自主学习历史对话，
并线上拟人对话引导留联
- ✓ 账户全切AI机器人，彻底释放人力，
高效线上完成留联

转化率提升，线索成本低

➤ 一个用户在单个页面的停留时间是非常有限且短暂的，因为AI客服的及时回复，激发了他想留线索的欲望，这里AI客服产生了积极引导的作用。

——商务服务商家

数据来源：2023年商家调研

「服务经营」优秀案例三

开户阶段即选择AI机器人线上接待，
咨询转化率跑赢大盘

经营概况

主营业务：自动售货机

商家属性：主营搜索推广，主要为咨询转化，电话+表单辅助转化，目前全部使用AI机器人线上留联

工具效果

+60% **-41%**
咨询转化率 线索成本

● 服务经营方案

客户拥有人工客服

前期：有人工，但是留联效率低

- ！人工客服业务水平参差不齐，留联效率较低
- ！人工客服接待效率、情绪不稳定，人力成本高，用户体验差
- ！投放经营成本高，难优化

转化率低，线索成本高，人工成本高



尝试AI机器人代替人工客服

后期：账户全切AI机器人

- ✓ 全账户切换AI机器人，**智能化**线上接待
- ✓ AI自主学习历史对话，并线上**拟人对话引导留联**
- ✓ 纯**免费**产品，帮助客户降低经营投放成本

转化率提升，线索成本低

➤ 效率提高了，用户体验更好了。相比以前人工阶段，AI机器人可以做到100%的解码，可以做到3秒内应答。

——生活服务商家

数据来源：2023年商家调研

「线索经营」优秀案例

广告+线索双向驱动， 实现线索“量”“质”齐飞

核心痛点：线索有效性不足，成本高、转化率低

经营亮点：使用基木鱼回访工具进行外呼回访，无效线索自动返款，有效线索持续反哺oCPC投放模型，长期提升线索质量

经营概况

主营业务：全屋定制

线索跟进：获取线索→线索分配
→预约到店→电话跟进

核心痛点：有效线索成本高，放量后线索质量下降，收量后线索量下降，无法同时兼顾

工具效果

- 无效线索返款，降低线索成本
- 提升线索量的同时保障线索质量，提升消费事半功倍

+40%
线索量

+28%
线索有效性

+12%
展现量

+15%
消费

● 线索经营方案

使用 基木鱼回访工具

- ①客户自建CRM通过API对接基木鱼回访工具
- ②客服拨打回访工具中间号回访百度线索

投放深转

- ①oCPC浅层目标【表单提交成功】、【留线索】，全账户投放深转目标【回访发现意向】

程序化放量

- ①使用程序化优选能力，提升页面相关性和转化率，带动展现量和转化量提升。买词包括通用词+公司词+风格词

「私信经营」优秀案例一

发力私信经营，驱动生意新增长

核心痛点：如何唤醒短暂停留未留资及留资未转化用户

经营亮点：利用百度私信工具，短期高效触达唤醒用户，长期建设关系通路

经营概况

主营业务：私人医疗服务

投放目标：转化高意向但未留联人群

核心痛点：很多网民进入网页后看几眼就走了，也不响应对话，缺少与其进一步沟通的机会

工具效果

+204%

私信线索
增长

+45%

私信/咨询
线索占比

+16%

私信场景网
民开口率

+6%

私信场景
留联率

● 私信经营方案



客服接待

- ① 网民离开后主动唤醒：看到提示后联系上下文继续发送信息
- ② 网民唤醒后主动接待：对重新回来的网民及时接待耐心引导



系统兜底

- ① 5个自定义系统任务：
 - 设置不同唤醒语，分别定向不同病种，聚焦打造不同转化场景
 - 卡券强调“98块优惠价格”及“检查套餐”，抓住眼球，提转化

「私信经营」优秀案例二

私信“续聊”，线索有效增长

经营概况

主营业务：综合法律服务

营销目标：

- ① 转化高意向但未留联人群
- ② 持续拓展线索
- ③ 定向渗透不同业务场景
- ④ 提升线索有效性

工具效果

+4.29%	200+
私信 留联率	月私信 线索量
1700+	+12.62%
月咨询 线索量	私信/咨询 线索量

● 私信经营方案

6个任务，触达不同业务范围，话术透出不同内容

- ① 1min 说明业务范畴,提升有效咨询
- ② 10min 引导网民描述案情，说明人工客服在线可随时咨询
- ③ 25min 透出联系方式，方便回来网民随时联系

5min设置免费法律咨询服务，提升唤醒几率，缩短留联链路



月领取卡券网民6个

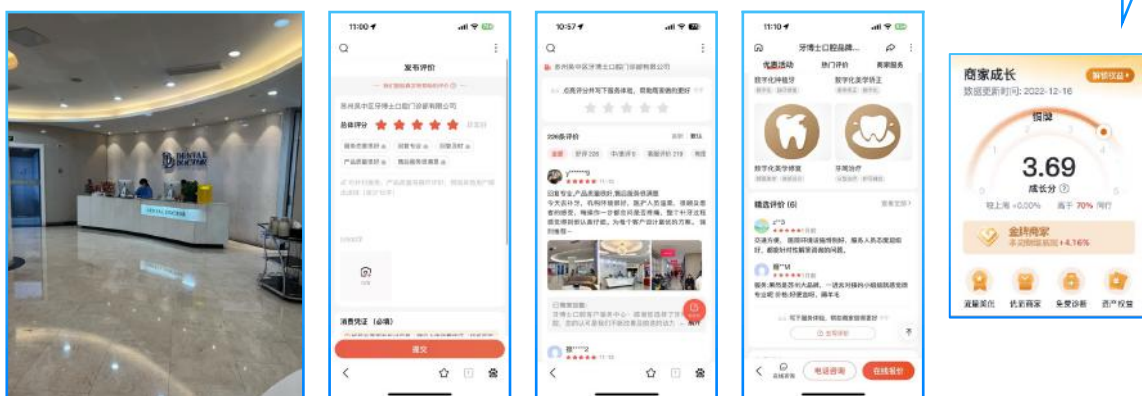
卡券触达500+网民

「评价经营」优秀案例

口腔线下店铺促评，口碑沉淀助力决策

- ① 门店摆放二维码物料，对有意向反馈体验的优质客户做出引导，提升商家等级的同时可将评价同步至本地店铺做背书
- ② 通过1个月的运营，新增**50条**优质评价，9个账户商家等级提升至**金牌商家**，获得**4%**的流量奖优，托管页分发自然流量增长**78%**

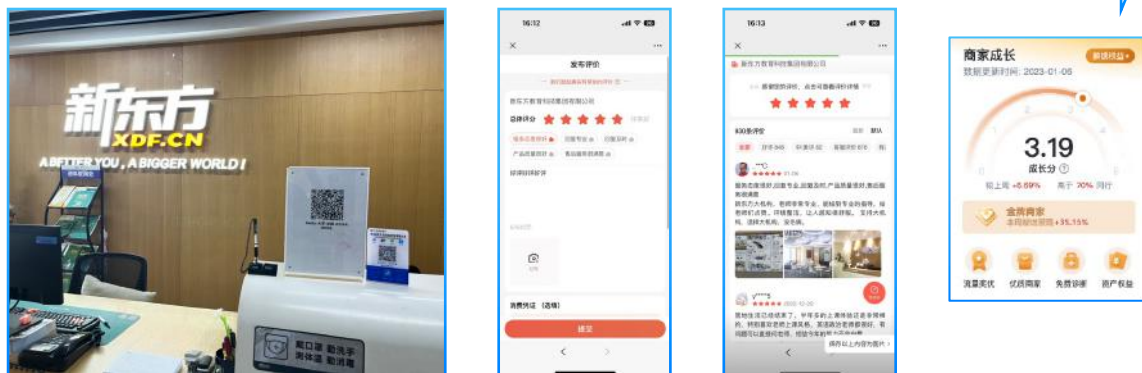
线下二维码引导评价 消费后真实评价 做好评价回复 本地店铺同步 商家等级提升



全校区评价自主经营，分地区沉淀品牌口碑

- ① 新东方各区域分校区管理，每个校区有独立账户在当地投放所有业务，通过统一培训后各校区报名认领二维码，在区域内做自身口碑
- ② 通过1个月的运营，新增**49条**优质评价，8个账户商家等级提升至**金牌商家**，获得**35%**的流量奖优

前台二维码引导评价 扫码填写评价 评价页展示 商家等级提升



结语

百度营销以AI重塑营销全链路 助力商家长效经营

经营机制

- 商家等级体系为商家长效经营提供机制保障

经营阵地

- 智能站店+AI全流程为商家提供一体化经营解决方案，
打造长效经营阵地

经营能力

- AI内容+全域分发
从商域到全场域经营，AI内容无缝嵌入商家核心内容场景
- AI工具+服务获客
优化服务接待效率，促进线索转化，助力营销全链优化
- 私信+评价经营
商家与用户的长期关系通路建设，全面建设用户心智

