

# 2022年中国企业级SaaS系列研究报告

## ——数字营销篇

2022年12月 MobTech寰博×天眼查×卫领科技出品

# 前言

## 中国数字化营销经济崛起，助力企业级SaaS行业开启加速键

在全球数字化经济浪潮下，企业数字化进程加快，直接带动了企业级SaaS行业的迅猛发展。其中，业务垂直度越高的SaaS企业对精准获客的需求度也越高。然而随着增量市场向存量市场过渡，企业营销成本居高不下，加之后疫情时代，地域管控和出行限制导致**线下获客效率降低**，SaaS企业数字化营销转型迫在眉睫。而其中，**大数据获客软件、商业查询平台、营销自动化工具、直播软件和SCRM系统等**都已经成为**SaaS企业获客**链路中必不可少的数字化营销工具。

本期白皮书由**MobTech袁博、天眼查、卫瓴科技**联合出品，将聚焦于**企业数字化营销**方向，阐述目前SaaS企业营销获客的现状及未来发展趋势，剖析SaaS企业数字化营销获客的关键步骤，通过深度案例解析，为广大SaaS企业精准营销获客提供切实可行的路径，同时提升企业在行业客户中的心智占领，强化行业影响。

# 目录

## 01 数字化营销获客模式的价值与演变

- 1.1 数字化营销获客的定义
- 1.2 数字化营销获客模式的发展历程
- 1.3 数字化营销获客服务商图谱
- 1.4 疫后时代，SaaS行业获客的危与机

## 02 SaaS企业数字化营销获客体系建设

- 2.1 数字化营销主流获客模式
- 2.2 获客全渠道价值评估与运营指南

## 03 SaaS企业客户旅程数字化营销策略

- 3.1 SaaS企业客户旅程营销策略全图
- 3.2 阶段一：市场教育与塑造品牌认知
- 3.3 阶段二：精准全量获取潜在客户
- 3.4 阶段三：精细运营线索流转与市场培育
- 3.5 阶段四：多重赋能实现快速成交转化
- 3.6 阶段五：增强客户留存与口碑传播

## 04 典型数字化营销获客渠道及案例

# 01

## 数字化营销获客模式的价值与演变

——数字营销时代已临，精细化运营大势所趋

- 数字化营销获客的定义
- 数字化营销获客模式的发展历程
- 数字化营销获客服务商图谱
- 疫后时代，SaaS行业获客的危与机

# 数字化营销获客的定义

指通过人工智能、大数据、云计算和互联网等新兴技术，结合市场营销手段，进行全网数据采集存储、清洗加工、分析挖掘客户需求，智能推荐和获取精准目标客户的新型市场获客方式。

## 数字化营销获客四大特点

### 构建用户数据资产



帮助企业、商家、个人将不同渠道的数据的整合为一体，将所有线索集中到一个用户池中进行一站式管理，打破数据孤岛。

### 精准洞察用户画像



通过实时追踪用户信息和行为数据，将用户信息和行为数据接入活动管理系统，进行用户群体维度划分，绘制出不同的用户画像。

### 用户定向精细运营



根据用户基础身份信息加上后期交互行为带来的评分，对用户价值划分，建立360用户画像，帮助营销人员实现个性化营销触达。

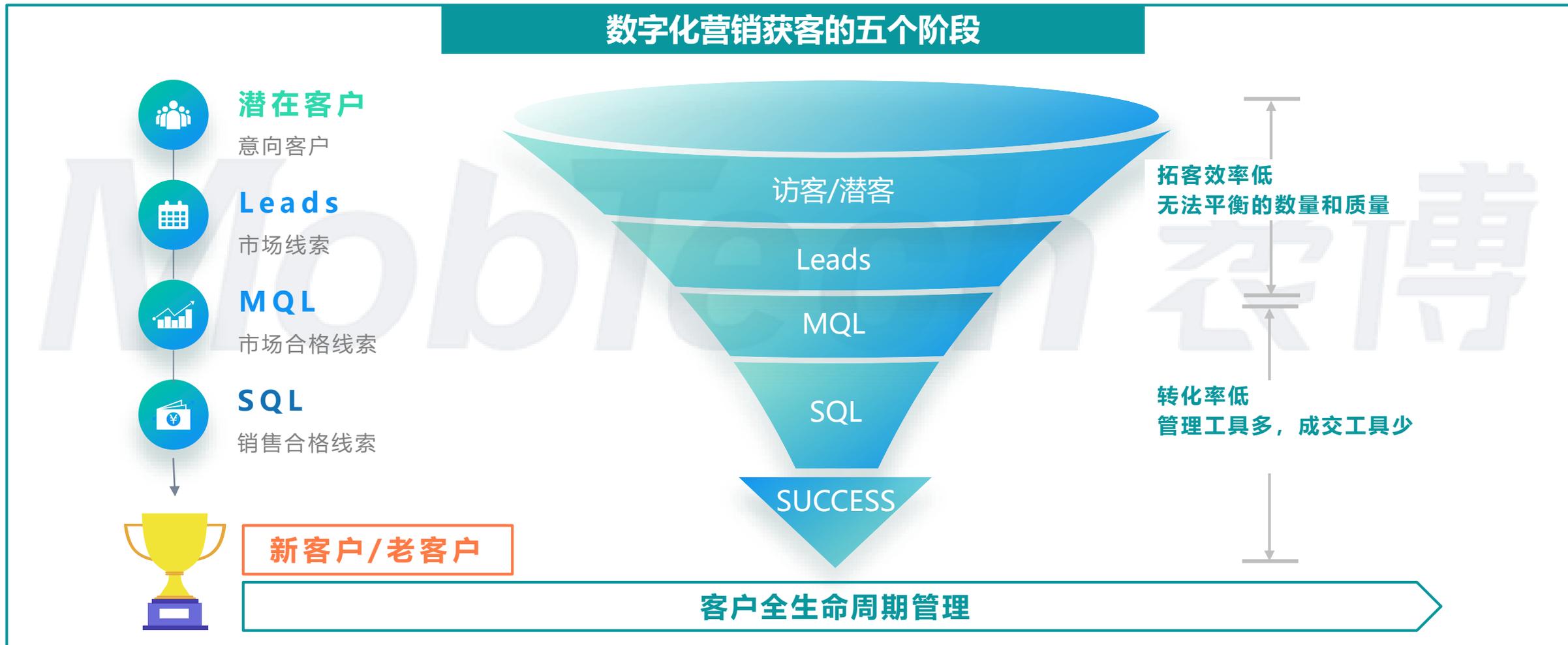
### 数据分析效果可控



数字化营销获客可以对领域内的潜在客户数据信息进行实时准确挖掘、准确分析、准确获取和经济效益。

# 数字化营销获客的五个阶段

疫情是企业危机的加速器，从营销漏斗来看，拓客效率和成单效率是营销增长的关键环节，而传统的营销获客模式难以支撑企业增长需求。



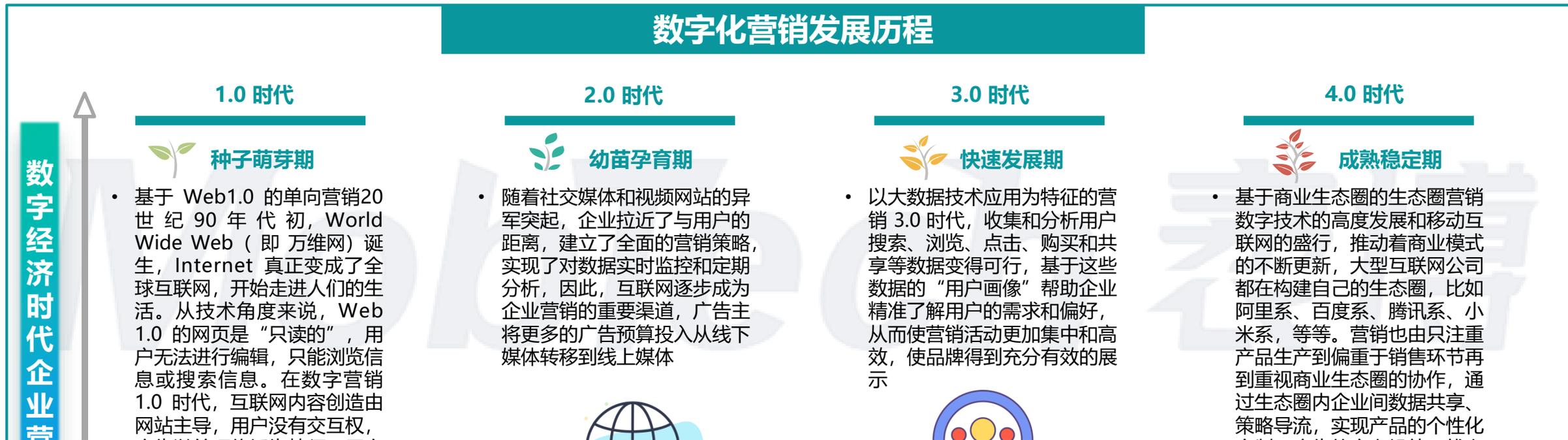
# 数字化营销获客的五个阶段

数字化营销获客是以线索的全生命周期管理为核心，从目标客户到线索，从线索到订单的转化，分别从五个阶段打造“点、线、面、体”构成的数字营销体系。



# 数字化营销获客的发展历程

从整体链路来看，随着AI技术的不断强化，以及大数据产业的蓬勃发展，基于生态圈的数据共享与策略导流是企业获客需求和数字化营销共同推动下的新商业模式。



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_50250](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_50250)

