



# 问道海外

## 品牌营销的边界与未来

2019.10.16 13:15-13:55

第十二届金投赏国际创意节 敬请期待深诺专场



立足中国，触及全球

- 2家子公司 -



Facebook中国区官方授权代理机构



国内领先跨境整合数字营销专家



七大平台中国区官方授权代理机构



# 专注出海营销领域，市场份额名列前茅

10000+

服务客户

100亿 RMB

年度管理预算

50种

推广服务语言

25000

日均上线Campaign

30亿+

日均广告展示次数

245个

广告覆盖  
国家和地区

13亿

每年为客户  
带来下载量

400亿

每年为客户  
带来新增收益

10亿+

日均广告触达人次

千亿级别

年度广告数据量



中国全球化

全球移动互联网革命

中国品牌全球化路径

# 中国全球化





# 全球化迈入新阶段，中国企业发展机遇与挑战并存

互联网行业发展、国家政策支持带来发展机遇

从产品出海到品牌出海，与国际品牌同台竞技提出更高挑战

互联网行业发展



品牌跨境出海产业基础设施成熟，达到引爆点

产业基础支撑

国家政策支持



中美贸易战将推动加速这一进程：出口向全球更加平衡渗透

贸易形势驱动

# 中国产品已遍布全球

## 北美地区

电子商务  
游戏  
食品/日用品  
手机/3C/家电  
家居用品/服装

## 南美地区

电子商务  
手机/3C/家电  
家居用品/服装

## 非洲地区

手机/3C/家电  
食品/日用品  
家居用品/服装

## 西欧地区

手机/3C/家电  
游戏  
电子商务

## 中东地区

电子商务  
家居用品/服装

## 印度地区

手机/3C/家电  
游戏  
互联网金融  
家居用品/服装

## 俄罗斯地区

手机/3C/家电  
食品/日用品  
家居用品/服装

## 东南亚地区

手机/3C/家电  
游戏  
电子商务  
互联网金融  
家居用品/服装





# 中国出海50强 领先品牌

电子商务

移动应用

游戏

消费品

消费服务



- Air China 消费服务
- AliExpress 电子商务
- Banggood 电子商务
- DiDi 消费服务
- Wecash 消费服务

- Jollychic 电子商务
- 快网快讯 消费服务
- KUNLUN GROUP 游戏
- Lenovo 消费品
- Lilith Games 游戏

- 太乐创想科技(北京)有限公司 游戏
- 北京掌众金融信息服务有限公司 消费服务
- 字节跳动 移动应用
- Chery 消费品
- Trip.com 消费服务

- ROTITA 电子商务
- 美图(中国)有限公司 移动应用
- Midea 消费品
- 网易游戏 游戏
- Tap4Fun 游戏

- DJI 消费品
- FunPlus 游戏
- Zaful 电子商务
- Gree 消费品
- OPPO 消费品

- OnePlus 消费品
- Perfect World 游戏
- Red Infinity 游戏
- YeDao 电子商务
- SHEIN 电子商务

- 广州华多网络科技有限公司 游戏
- Haier 消费品
- Club Factory 电子商务
- 杭州涂鸦信息技术有限公司 消费品
- Hero Technology 游戏

- 奇迅新游 游戏
- TCL 消费品
- Tencent 移动应用/游戏
- Transion Investment Ltd 消费品
- 杭州格像科技有限公司 移动应用

- Huawei/Honor 消费品
- IGG 游戏
- 北京汉迪世纪科技有限公司 移动应用
- 智明星通 游戏
- JD.com 电子商务

- UnionPay 消费服务
- vivo 消费品
- Xiaomi 消费品
- Yoozoo 游戏
- Zenjoy 游戏

排名不分先后,按照公司英文名称开头字母顺序排列。

排名不分先后,按照公司英文名称开头字母顺序排列。



# 中国出海50强新秀品牌

- 电子商务 
- 移动应用 
- 游戏 
- 消费品 
- 消费服务 

 4399 Network 游戏	 Acoin Games 游戏	 APUS GROUP 移动应用	 北京乐信圣文科技有限责任公司 游戏	 Kredit Pintar 消费服务
 北京掌趣互动科技有限公司 游戏	 Bellagio Restaurant Management Group 消费服务	 成都明堂互动科技有限公司 游戏	 成都西岸互娱科技有限公司 游戏	 CUPSHE 电子商务
 VIPKid 移动应用	 Dreamics Limited 游戏	 DHGAMES 游戏	 北京敦煌禾光信息技术有限公司 电子商务	 EYOUGAME 游戏
 ForwardX Robotics, Inc. 消费品	 VidStatus 移动应用	 Fordeal 电子商务	 Hangzhou BroadLink Electronics 消费品	 君海网络科技有限公司 游戏
 乐易网络科技有限公司 游戏	 Soufeel Jewelry 电子商务	 厦门梦加网络科技有限公司 游戏	 Ninebot Ltd. 消费品	 Curvedress 电子商务
 在线途游(北京)科技有限公司 游戏	 Ourpalm 游戏	 Particle Media Information Tech Co., Ltd 移动应用	 武汉悦然心动网络科技股份有限公司 游戏	 Qingke 消费服务
 上海迪果网络科技有限公司 游戏	 Shanghai Kaishan Liquor 消费品	 MiChat 移动应用	 上海晨睿信息工程有限公司 游戏	 YI Technology 消费品
 深圳大宇网络科技有限公司 移动应用	 深圳市宇斯盾科技有限公司 游戏	 Insta360 移动应用	 Shenzhen Marisfrog Fashion 消费品	 深圳市萌蛋互动网络有限公司 游戏
 Sharp Network Technology 移动应用	 福州龙腾中东网络技术有限公司 游戏	 VOVA 电子商务	 祖龙(天津)科技有限公司 游戏	 Transsnets 移动应用
 WeBank 消费服务	 西安点扣软件科技有限公司 游戏	 Jeulia 电子商务	 My Favor Wig 电子商务	 Xiamen Gulf Trend Network Technology Co. Ltd 消费品/电子商务

排名不分先后，按照公司英文名称开头字母顺序排列。

# 81.2%

2019年，中国品牌的整体知名度

# 73.7%

中国品牌被认为值得信赖

总体趋势

## 中国品牌在海外的知名度和信任度正逐年提升

# 21

消费品

细分行业中，消费品处于领先地位

**96.6%的受访者认识相关的中国消费品品牌**

50强领先品牌中有21个是消费品及消费服务相关品牌

# 新兴市场

**中国品牌在新兴市场的认知度明显领先于成熟市场**

中国品牌在新兴市场比在成熟市场被视为“更具信誉”（前者占53.3%，后者占40.4%）；在每一个产品描述中，新兴市场比成熟市场对中国品牌更为积极（前者平均57.1%，后者平均42.7%）

# 年轻群体

**年轻消费者对中国品牌的认知度、信任度和满意度较高**

18-35岁（90.9%）的人对中国品牌的认知度比46-55岁（77.4%）的人高出13.5%；前者有52.3%的人认为中国品牌是有信誉的，后者是38.1%



# 全球移动互联网革命

# 全球移动数字时代的品牌建设基础升级

- 全球精准触达目标人群 – 直达核心
- 全渠道覆盖目标人群生活 – 场景覆盖
- 全类型创意表达 – 接触效果强化
- 品效合一 – 用户全触点体验周期极大缩短

# 全球移动互联网环境下， 快速在海外建立自己的品牌需要怎样的支持呢？

## 深诺集团品牌出海六维模型

用户/市场洞察

本地文化适配

定制传播策略

媒介打法组合

传播创意影响

客户体验管理



深诺大数据研究院

Beyond Click  
深诺品牌整合营销服务

七大渠道顶级  
代理商

Creative Booster  
深诺品牌创意服务

Intelligence Center  
客户项目可视化管理系统



# 1. 用户/市场洞察



全球最大的在线少儿英语教育品牌,VIPKID在开拓国际市场、在北美地区招募师资的过程中希望通过线上营销渠道实现：获取高质量的外教资源&提高VIPKID在北美地区的品牌知名度和认可度，为后续开拓国际市场奠定基础

我们深入调研，**针对不同兴趣，分析定位最具针对性的用户画像，从而得出最合适的教师类型和用户类型**



### 自由/远程

对自由工作、远程工作、个性化安排工作时间感兴趣的人群。



### 教育行业

针对教育、学前教育、服务业等行业关注的人群。



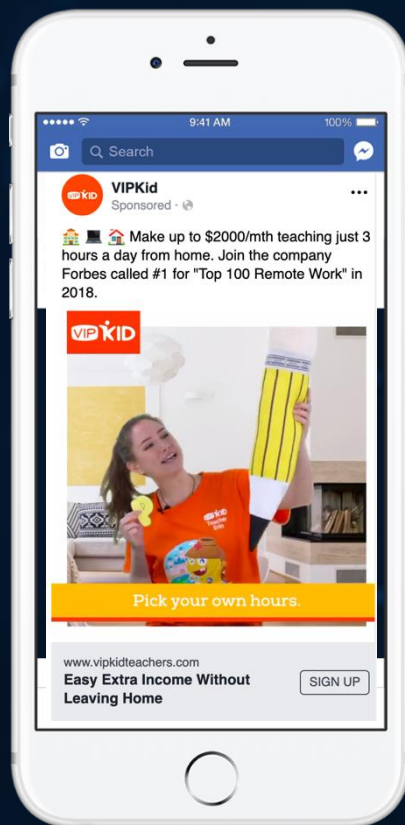
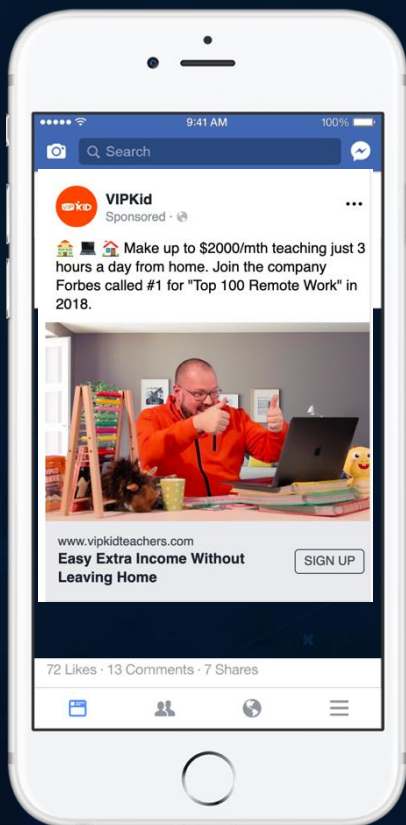
### 在职教师

在职教师，有教学经验、对教师工作有一定兴趣的个体。



### 在线教学

对在线英文授课环境了解、以及互联网教学使用感兴趣的群体。



基于不同人群投放多重素材，提升投放优化效果



1:1视频强势引流，重点优化点击率



短视频直观呈现教学场景，传递时薪及优势

# “最专注”的出海营销机构

国内最专注海外营销的集团，对海外市场用户有持续专注的研究

跨渠道整合大数据

深诺研究院

持续的全球市场研究

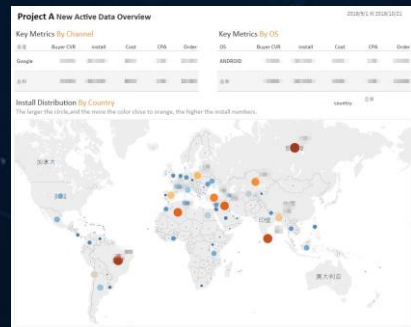
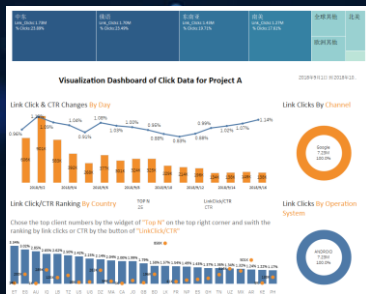
丰富的营销知识积累

更前瞻的趋势把握

更精准的市场分析

更深刻的用户洞察

持续专注帮助品牌调研出海前景&制定海外品牌策略





## 2.本地文化适配





15个  
推广城市

20亿+次  
广告展示

4000万人  
触及墨西哥全境

326万  
乘客端安装

200万+  
行程完成

130%  
KPI完成率

DiDi Rider被Google评为墨西哥年度最佳应用

DiDi应用在墨西哥迅速崛起成为墨西哥使用率最高的打车软件

针对墨西哥及其国内的42个城市进行深入调研：**深诺研究院整合数据，深入分析当地居民的网络习惯，生活习惯等本地化内容，形成墨西哥消费者大数据支持滴滴在墨西哥的投放。**

量身定制投放策略，按照不同时间节点，合理利用热点营销，不同的形式和内容吸引着墨西哥不同城市的不同消费者下载和使用滴滴。围绕营销目标，从前期预热、快速获取用户增量、用户再召唤三个阶段有节奏地开展营销活动，实现效果和品牌的双向提升。

**预热阶段**      **50% DESC**      **Free trip**

**预热优惠阶段**

**流量收割阶段**

**单图广告**      **轮播图广告**      **视频广告**

**Mother's Day**      **Christmas**

**圣诞节直效广告+POST视频广告**

**热点节日营销**

# “最有力”的海外营销支点 遍布全球的服务团队



**日本、中东、美国、印度等各地分公司**  
**外籍资深专家+本土服务团队，多维度/多方向**  
**的进行品牌产品的本地文化适配**

团队本地化

实现

营销本地化

加速

品牌本地化





### 3.定制传播策略



2亿+  
帖文曝光次数

1000万+  
海外用户互动次数

400万  
海外粉丝增量

750 K +  
视频观看次数

3.3 M +  
视频内容曝光量

10 K +  
视频内容互动量

中国南方航空初涉海外社交媒体平台，面临海外市场品牌知名度低且差异化不凸显、海外主流社交媒体粉丝量级小且互动性低等挑战，希望通过社交媒体的有效运营，提升南航在海外市场的品牌知名度，用内容与用户建立情感链接。

我们深入调研，**基于欧美澳新用户的属性洞察，定制符合其兴趣的传播推广主题，制定品牌传播策略，分阶段展开富有打动力的品牌出海内容营销，提升品牌形象，与用户建立情感链接。**

PHASE ONE  
情感营销

品牌HERO视频两连发  
打造品牌感性基石

PHASE TWO  
内容营销

多平台、多角度、多形式拓展内容  
投其所好展开互动，加深情感

《聚光灯下的使命》



《背后的闪耀》



邀请知名导演贾樟柯监制，两则视频从不同角度展示南航飞行员和机务人员的责任心与梦想，与南航用户以一种可被依靠和信任的感觉作为情感基石深度绑定。



节日营销  
(妇女节、圣诞节、黑五)



飞行主题营销  
(试飞视频、组装揭秘)



互动营销  
(填字游戏、拼图游戏)

# “最专业”的国际化策略团队

各领域拔尖的策略专家及内容专家

## 策略专家团队

熟悉了解海外社交媒体玩法的内容营销与品牌策略专家



## 本地化策略专家

北美、日本、东南亚、中东等地，熟悉了解当地品牌传播玩法的策略专家



## 本地化内容专家

外籍原创内容专家  
西、印、日、韩、阿拉伯等10+小语种支持团队





## 4.媒介打法组合





66万  
总粉丝增长数

1106万  
总互动量

2.2亿  
广告总曝光量

21.5%  
广告互动率



3480万  
总视频观看数

3619万  
总互动量

2.7亿  
广告总曝光量

13.36%  
广告互动率

## 多渠道优势整合，实现小米全球化的品销合一；多场景沟通，注重粉丝社交互动，提升参与感

- 甄选海外三大媒体及数据合作伙伴  
( Google/Facebook/Twitter )，结合小米粉丝人群及手机科技爱好者，精准定位潜在目标人群
- 小米论坛/小米社区/小米官方社媒账号等线上互动及线下粉丝参与等，深度粉丝营销
- 融合受众线上生活场景，社交场景/娱乐场景/搜索场景，360度深入营销
- 线上线下场景整合营销，线上粉丝话题互动+线下粉丝活动参与及契合IP合作，形成粉丝营销闭环



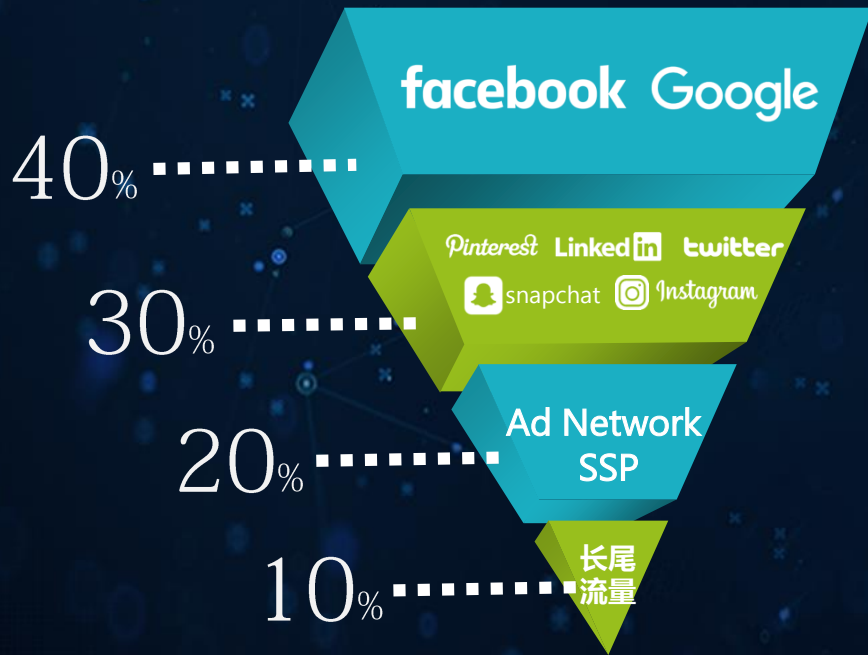
Advertising concept. Please do not imitate.

# “最高效”的媒介执行能力






国内唯一七大主流媒体中国区代理机构+庞大的海外红人库



七大平台顶级代理，基于不同出海需求，配合流量及优势分析，制定优质媒介组合定制化方案，将品牌战略通过各种形式的数字广告进行高效的落地执行



出海营销媒体流量分布

 Facebook	 Instagram	 Twitter	 Google	 YouTube
无意识浏览 强化行动意愿 人本营销	年轻用户 即时行动体验 更有趣更多元 用户质量高	日本用户量体大 即时性高 用户质量高	主动搜索 用户量级大 转换周期短	年轻用户多 潜力用户数大 散播分享广且快

出海营销媒体优势分析

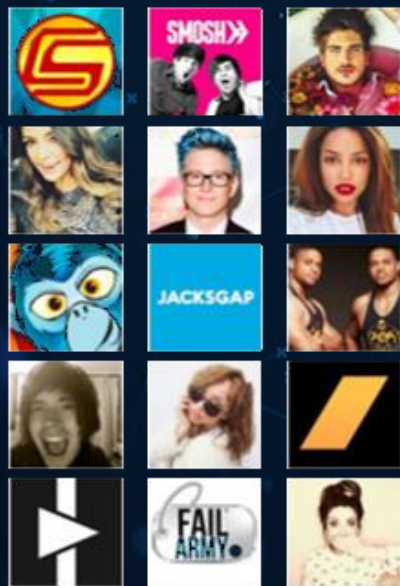


# 多渠道多类型网红合作伙伴

联合海内外多类型内容创作者的优势资源

## Creators

Channels



## MCN

Multi Channel Networks

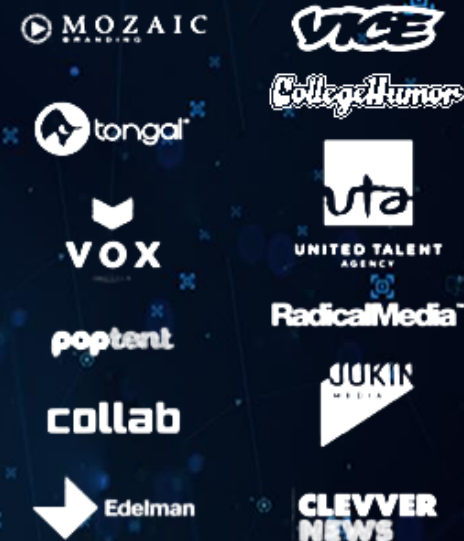


## Match-Marketing

Tools



## Others

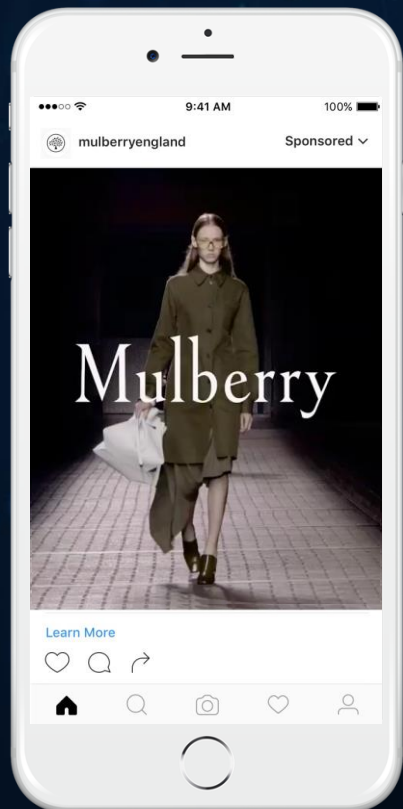


## 5.传播创意影响

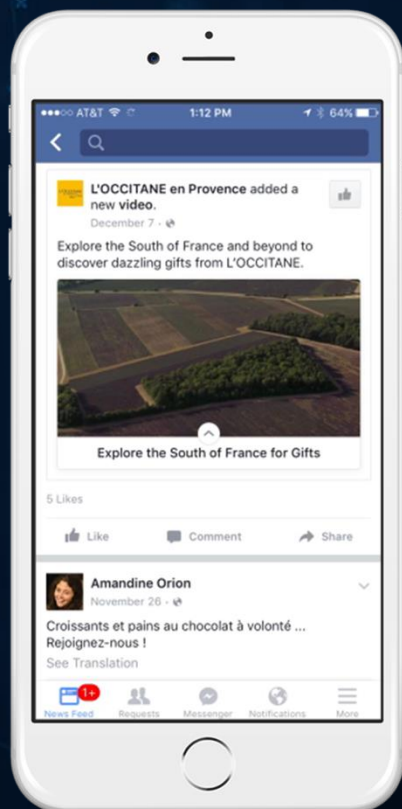


# 根据不同目的制定不同的创意组合

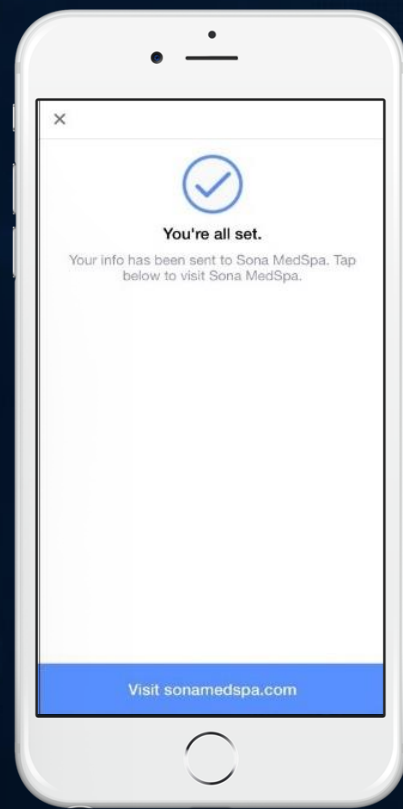
每日发布新创意 22000+



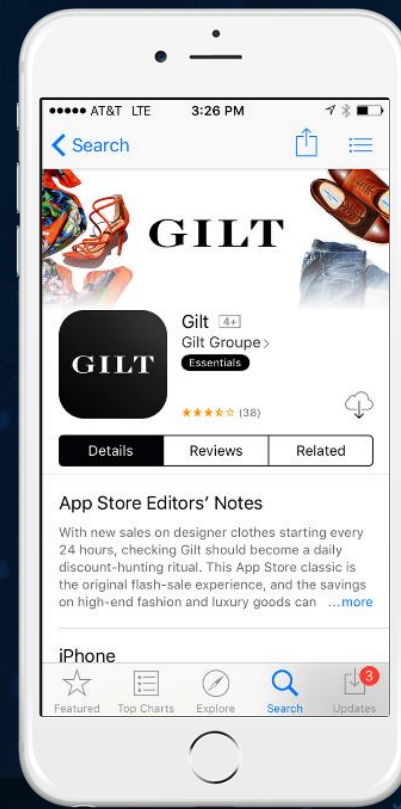
认知度



建立需求



用户获取  
(销售线索获取)



用户获取  
(移动应用安装)



交易



# 创意形式尝试多样化



## 视频VS平面素材

15-50% 单用户获取成本降低  
5-10倍 用户导入量提升



# “最领先”的数字创意能力

数据分析赋能创意优化，新潮技术提升创意表现



创意大数据

高效优化

前沿技术

基于海量广告大数据挖掘的优质创意



快速生产、快速迭代的高效创意生产优化流程



具备全球最新最前沿的3D、视频等各类高水准创意制作能力



# 6. 客户体验管理



# “最全面”的客户体验管理体系

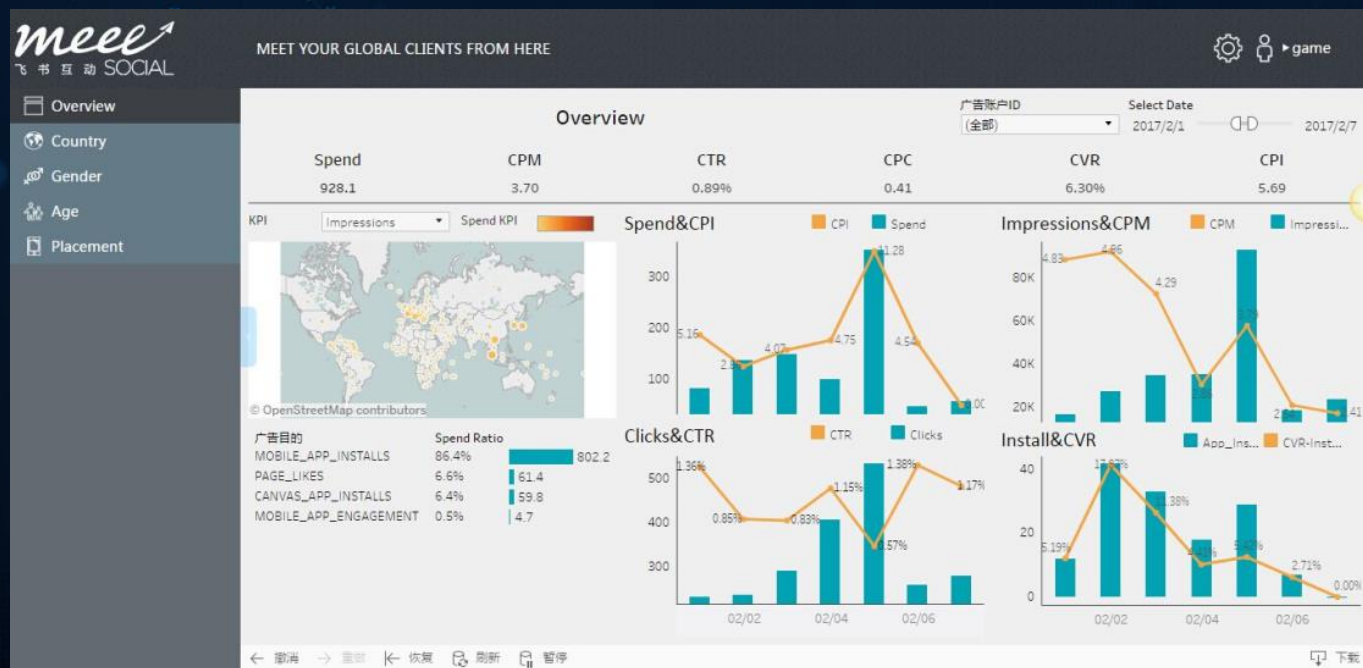
4年+海外营销大数据积累、10亿级别广告数据量、整合多渠道广告账户、覆盖多个投放指标

通过多维度的数据分析帮助优化用户的品牌体验



深诺集团客户项目可视化管理系统Intelligence Center

轻松将海外各渠道的广告数据生成可视化报表，支持多账户、多维度和多指标的广告数据分析，进行深度客户体验管理



十亿级别广告数据量

合并多账户数据分析

全面覆盖投放指标

展示、点击、安装、消耗、CPI、CPC、CPM、ROI

多维度细分数据

国家、性别、年龄、版位、品类

# 中国品牌全球化路径

# 中国面临独特的全球品牌格局变革机遇

## 国内成熟品牌出海 - Rebranding

 **Alibaba Group**  
阿里巴巴集团

 **AIR CHINA**  
中国国际航空公司

 **Trip.com**

 **ONEPLUS**

 **lilith**  
GAMES

 **GREE** 格力

 **滴滴**  
滴滴一下 美好出行

 **英雄互娱**  
ENTERTAINMENT


 **oppo**

 **meitu**  
美图

 **mi**

 **dji**

## 直接创立海外创业品牌 - Brand Startup

 **Banggood**  
.com

 **Jollychic**

 **FUNPLUS**

 **SHEIN**

 **Wecash**

 **ZAFUL**

 **TRANSSION**  
HOLDINGS

 **tap4fun**



# 成熟品牌的挑战和机遇 ( Rebranding )

## 机遇

- 借助公司基础平台，拥有更好的发展资源与优质的基础人才队伍
- 凭借成熟品牌的经验，具备更完善的运营推广体系以及更好的学习能力，降低试错成本
- 基于对成熟品牌管理的充分理解, Rebranding管理容易掌控

VS

## 挑战

- 团队学习能力，海外管理团队建立挑战巨大
- 品牌Rebranding的创新容易受制于公司现有认知体系的束缚
- 成熟品牌的功能、标签等特点容易固化，使海外的本土化改造贴合受到影响

# 新创出海品牌的挑战和机遇 ( Brand Startup )

## 机遇

- 没有历史负担，Branding知识结构更容易贴近海外市场
- 公司运营管理体系可以根据创业品牌进行自由灵活调整，最大程度服务于创业品牌的推广
- 团队成员共同经历创业过程，容易统一品牌认知、调性与价值定位

VS

## 挑战

- 市场预判经验与能力不足，风险成本更高
- 缺乏品牌推广经验，运营基础体系薄弱
- 公司资源有限，缺乏调整余地

# 数字营销时代“品效合一”的中国品牌出海新思维

定制品牌策略，营销管理顾问，结合深诺强大的数字营销执行落地，助力出海品牌

品牌营  
销策略

+

渠道  
资源

+

数字创  
意赋能



1 快速了解海外市场

2 在海外建立品牌形象

3 提升品牌认知度

根据不同国家和地区的特点  
结合不同出海营销阶段的需求  
为出海的产品和服务提供不止于效果的出海品牌营销策略



全球顶级媒体合作伙伴



七大平台中国区官方授权代理机构

全球顶尖数据/技术合作伙伴



# 产业链伙伴共同支持

- 新时代品牌策略顾问伙伴
- 电商产业链协同伙伴
- 资本助力加速伙伴



# 品牌出海，出海品牌

Tencent

ByteDance  
字节跳动

idebuy

ONEPLUS

webeeye

meitu 美图网

掌阅  
引领品质阅读

ANKER

Gearbest

PatPat

Banggood.com

韓國藝匠  
ARTIZ STUDIO  
Portrait Learning Photography

miHoYo  
TECH OTAKUS SAVE THE WORLD

FOTOABLE

环球易购  
Globelegrow E-Commerce

dji  
大疆創新

CGTN

ANTA

VIP KID

点触科技  
DIANCHU TECHNOLOGY

EYOUGAME

oppo

Trip.com

小米  
xiaomi.com

头条 今日头条  
你关心的 才是头条

UC Browser

英雄互娱  
ENTERTAINMENT

蜗牛游戏  
Snail Games

Baidu 百度

触宝

Sogou 搜狗

滴滴  
滴滴一下 美好出行

中国南方航空  
CHINA SOUTHERN AIRLINES

TapTap

lilith  
GAMES



# Thank you!



扫码关注  
深诺集团官方微信



扫码关注  
飞书互动官方微信

# 问道海外

品牌营销的边界与未来



阙立励  
Charlie Que

高级副总裁  
深诺集团



邝谦俊  
Micson Kwong

大中华区业务副总经理  
Facebook



张陆  
Lu Zhang

海外市场营销项目负责人  
小米



马腾  
Tony Ma

海外市场部负责人  
安踏