

知乎的“第二曲线” 领域深耕，内容破圈

- ◆ **品牌名称：**知乎
- ◆ **所属行业：**网络平台及服务类
- ◆ **执行时间：**2022.01.01至今
- ◆ **参选类别：**网络平台及服务类



背景&目标

Background



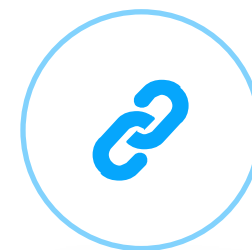
洞察&策略

Insight



媒介&执行

Strategy



效果&反馈

Exhibition

知乎：优化社区内容生态，建设“职场领域”成为破圈机会
加强回答与文章的深度和质量是内容社区的重要建设方向



项目背景

社会热点，两性话题等相关比例越来越高，社区氛围变差、泛娱乐性加重



营销内容

以知识领域投放，职场教育类目为投放重心，收获高质量人群

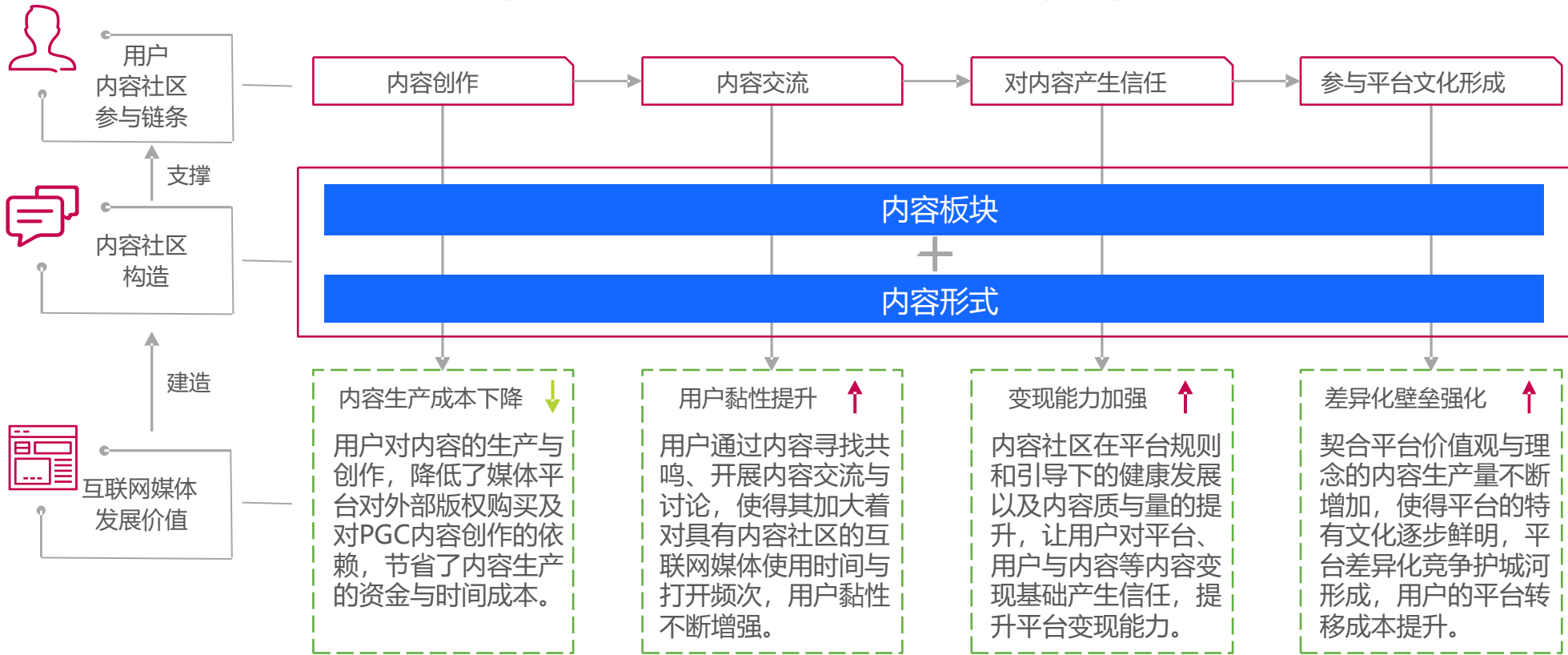


目标人群

渗透目标“三高”用户群体，促进社区内容质量及社区氛围提升，增加社区内容质量

三高：85/90后来自高线城市、有较高教育背景、具备高消费水平的用户群体成为知乎平台“主力军”。

中国内容社区对互联网媒体发展的价值分析

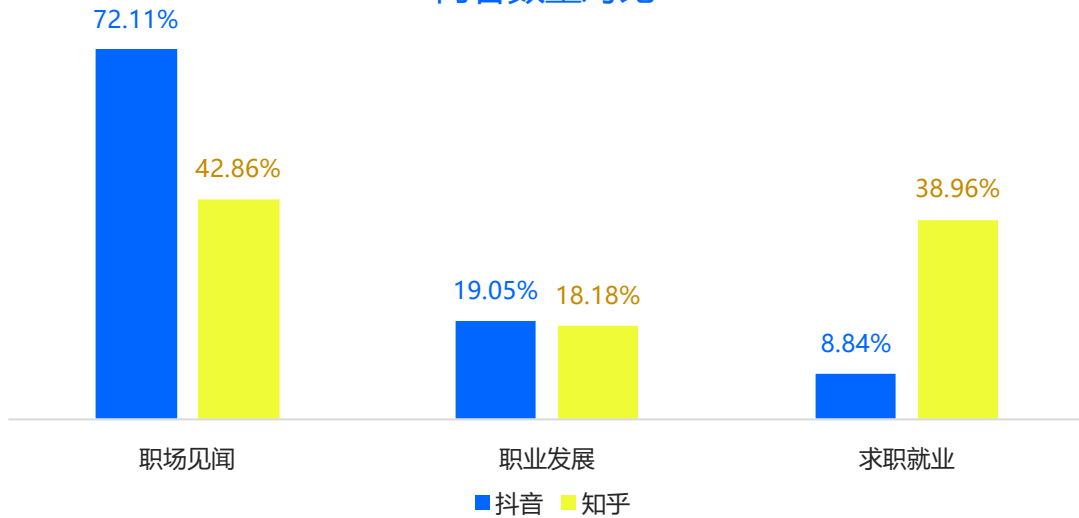


- 内容社区的搭建，能够为媒体平台带来“一降”与“三升”的价值。
- 在内容社区中，用户通过内容生产和交流获得共鸣和创作动力，使得媒体平台用户黏性提升、内容生产成本下降，并且帮助平台形成和强化独有文化与差异化壁垒；
- 用户对平台的信任和对内容的使用偏好是有效触达用户的营销变现基础，促使媒体平台的变现能力的提升。

找准“职场领域”差异化目标受众定位，营销内容多样化

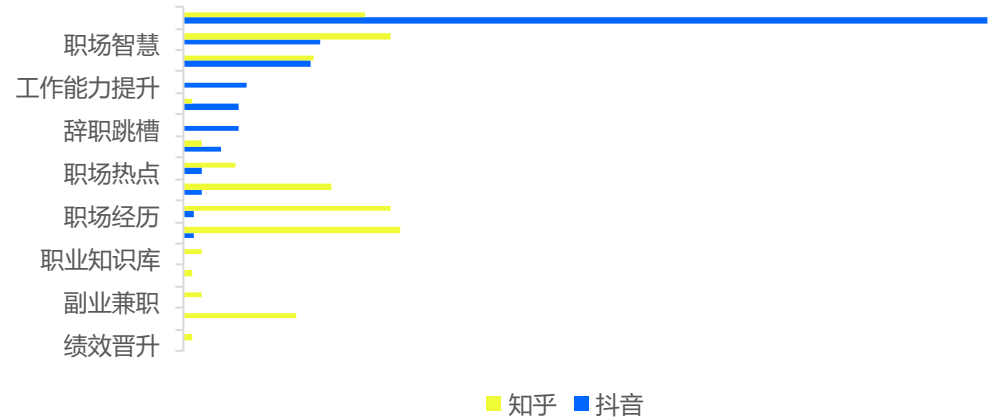
知乎&抖音【职场领域】一级细分标签热门

内容数量对比



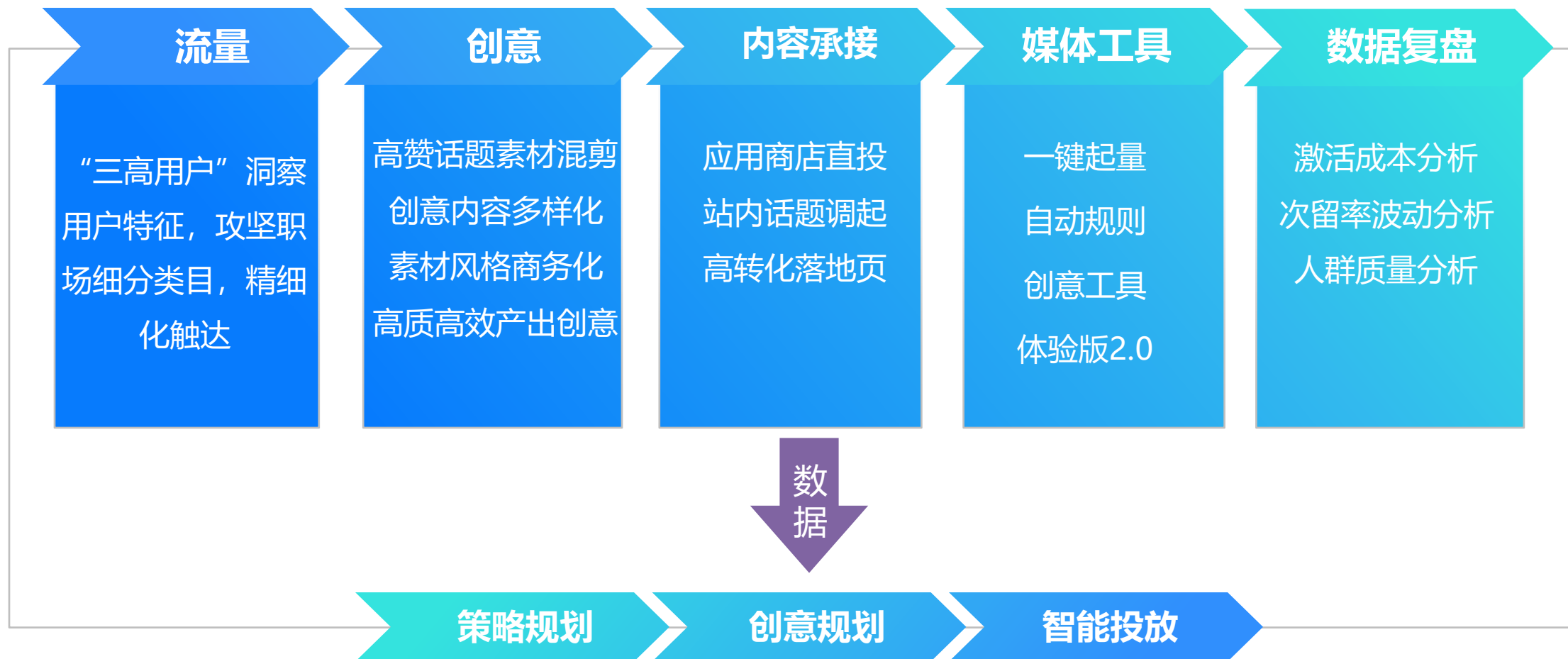
知乎&抖音【职场领域】二级细分标签热门

内容数量对比



- 求职就业：内容指向性强，拉新效果正向，其中**「职业规划」「薪资福利」「考试考证」**标签内容相对竞品平台优势较大，后续可保持内容供给优势，服务用户增长拉新
- 职业发展：此类内容知识属性强、延展性好，且符合平台**“获得感”**内容定位，可有效提升用户留存。
- 职场见闻/职场故事：此类内容**泛娱乐属性强，知识密度低**，但对社区氛围及用户互动有很好的推动作用，还可提升用户使用时长。

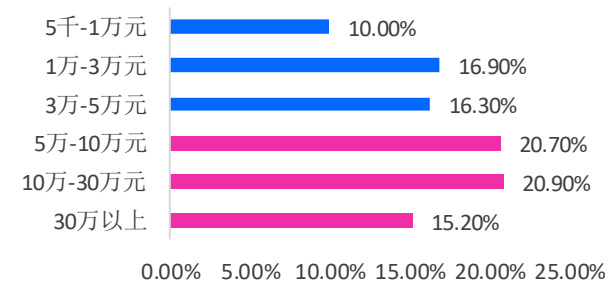
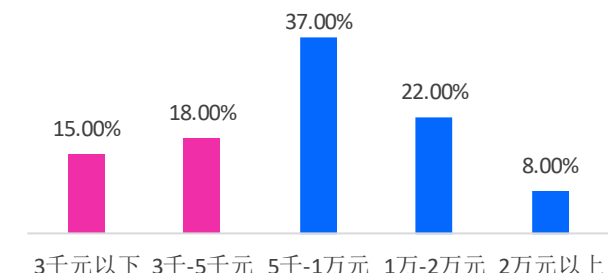
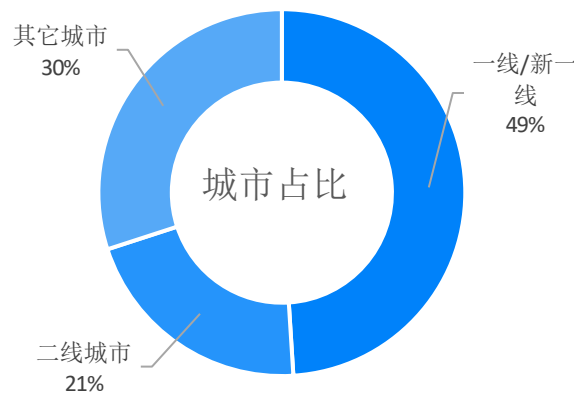
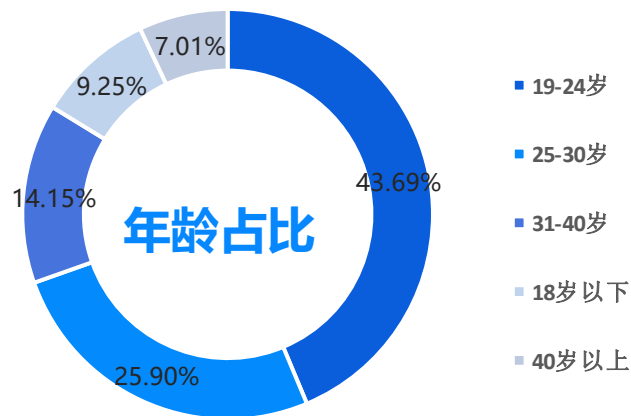
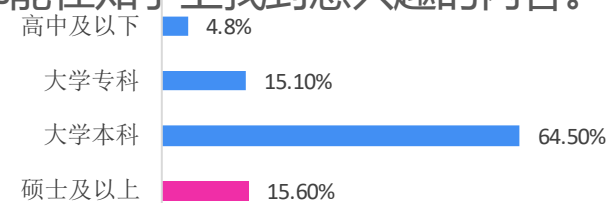
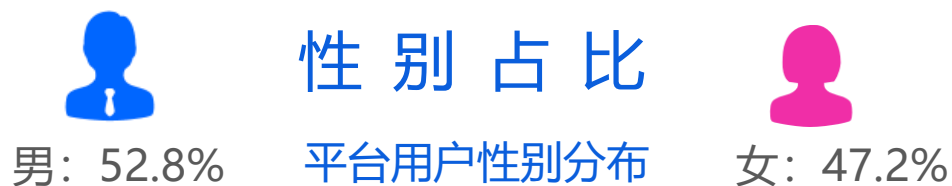
目标拆解 分阶达成



精度数据深度转化, 深入行业精细运营

内容价值与知识水平的高线高知消费者

- 知乎用户层年轻化趋势明显，且具备高消费水平和能力，85后/90后新生代消费群体成为主力军。
- 知乎用户男女性别比例再5：5左右，意味着知乎内容布局均匀，男/女性都能在知乎上找到感兴趣的内容。



内容价值

智能优选增量 30%

全广告位投放，助力寻找更多目标人群

全广告位+多素材适配+全域智能优化→快速获取优质转化人群以实现「流量通投，全局最优」



49%



13%



20%



18%

转化数增加

使用通投智选的计划消耗
约有30%的提升

冷启动通过率提升

使用通投智选的计划冷启动
通过率约有8%的提升

成本更加稳定

流量人群覆盖广，
后端长留数据强，转化率高，
激活成本低至15元

知乎领域测试素材突破

两个方向

三高人群

职场领域

短期目标

突破行业圈层

借助创意工具赋能

突破素材样式

中期目标

延展内容方向

加深内容深度

长期目标

沉淀行业代表型素材

素材生产方法论

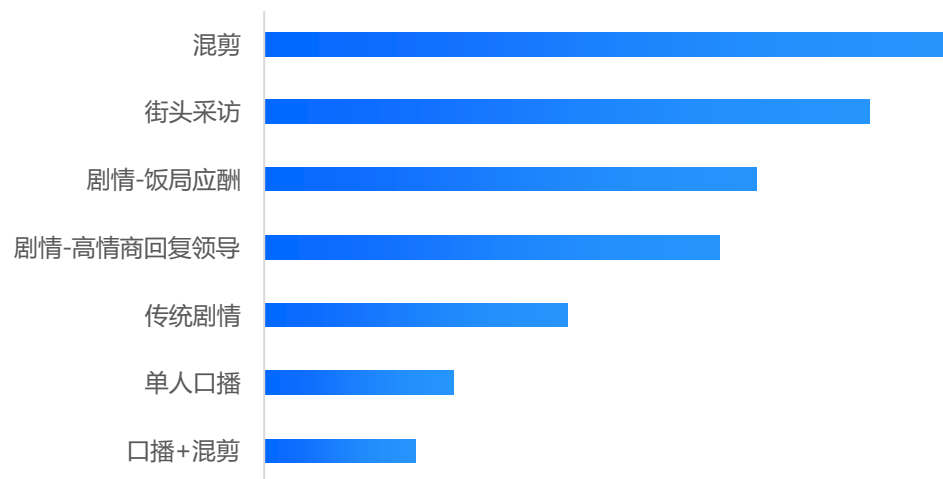
高价值内容

- 发散思维,通过借鉴原生热门视频及其他赛道优质创意,拓展创意内容
- 打破“知识点切入+产品介绍”的行业固定结构,探索多内容维度
- 结合时下热门视频,挖掘原生创意。做更多形式突破,找到自己的行业素材形式

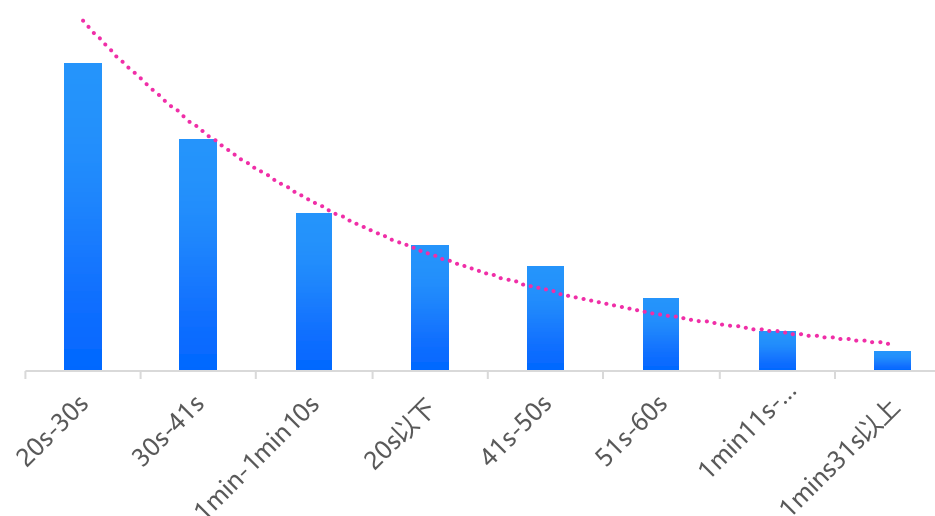
类目	占比	分类	细分
职业发展	60%	<ul style="list-style-type: none"> 工作能力提升 职场智慧 职场健康 职场装扮 职业知识库 职业规划 求职 薪资福利 考试考证 职场经历 职场故事 职场热点 	<ul style="list-style-type: none"> 办公技巧: excel、ppt、word、ps、ai等; 工作文案、文稿模版 职场社交: 同事、领导相处之道、职场礼仪 身体健康、情绪管理、压力管理、心理健康 职场穿搭、职场妆容 不同行业的专业知识科普&讲解: 投资、产品、技术、财务、程序员... 行业选择、职业发展规划、城市选择 求职渠道、简历、面试、谈薪、offer选择 薪资、五险一金、福利待遇 公务员、教师资格证、注册会计师... 真人真事、行业经历 (以分享向、互助向作为特征) 虚拟故事、业界八卦、影视综片段 (包含情节、长内容) 热点事件的评论、探讨 (潜规则、年龄歧视、加班、裁员...)
求职就业	20%		
职场见闻	20%		

混剪类视频ARPU更高，剧情类更吸引用户观看

职场类目-不同素材类型ARPU排名



不同类型视频播放长度的ARPU排序



- 从不同类型视频的ARPU来看，混剪类视频排名第一；主要以“饭局应酬”的混剪类视频量级较大；街头采访、剧情-高情商回复领导类素材的ARPU，名列前三；
- 职场类目跑量视频长度集中在20s+以上，其中30-41s的视频利用率为Top1；其次是1min以上的视频；此类视频多是真人拍摄的完整剧情类视频，下面，我们通过重点案例分析其中的核心要素；

● 差异需求点发散

职场的沟通技巧/用户痛点的挖掘感受参考：如关键词——应酬、涨薪、说话技巧...

● 主题发散



那些关于“应酬”的场景和段子



关于“涨薪”的门槛和窍门



教你“高情商”的说话技巧



● 结构发散

基于主题和参考视频的叙事结构



- 饭局场景--以酒桌上如何敬酒开场，以此吸引用户目光
- 气派BGM氛围烘托，内容设计紧凑，突出职场中情商的重要性，直击用户痛点



消耗量级: 50W  120W
 CTR: 1.35%  2.1%
 完播率: 40.3%  80.64%

- 3-10s吸睛: 饭局上如何正确敬酒开场, 引起用户共鸣
- 针对情商在职场/应酬中的重要性, 激发用户学习兴趣
- 引导转化: 结尾干货类录屏引导, 提升用户转化

针对性素材样式迎合人群诉求 针对性素材样式迎合人群诉求



- 3-10s吸睛：以领导问题回复真实过程为开场;使观众快速带入剧情
- 采访多人并分享回复技巧及产品利益点，吸引用户下载查看学习更多内容；
- 通过街头路人采访，可信度高，用户接受高；



消耗量级：35W  80W
CTR：1.02%  1.8%
完播率：35%  74%

□ 多人阐述产品利益点：
多人分享经验干货，
用户得到价值继续观看，
提升视频完播率

□ 分享正确回复方法后，
得到老板/领导认可，
激发用户学习兴趣

□ 引导转化：结尾引导点击
屏幕下方链接，提升用户
转化

渠道赋能：体验版2.0 提升广告跑量生命力



测新

为新视频搭配不同风格的标题，通过程序化创意高效筛选新的优秀创意组合

起量



搭配oCPM，广告创意起量成功率高，成本稳定

提效

程序化创意
1个广告组n个计划创意
(以计划为核心)

消耗能力提升 **180%** 转化成本降低 **3%**

体验版2.0
1个项目组4-6条创意*6条文案
(素材为投放核心)

素材离线优选 → 全量素材在线优选

优选创意

用历史优质视频搭配多文案优选出跑量较好的视频 / 文案

混搭提量

混搭历史优质标题与视频测试提升广告创意起量速度

智能提效

解决优化师人力大量浪费,同时计划之间挤压严重、投放模型数据分散等问题,已经直接影响

提量工具

花费一部分预算，使计划获得更多探索增量，帮助模型充分探索，提升冷启动通过率

一键起量

账户优选起量

提升冷启动

...



自动规则

自动化规则可根据投放经验，预先设置投放规则，实现系统自动盯盘及自动优化功能。

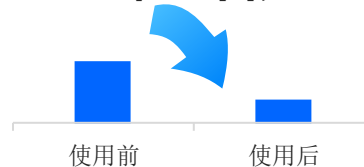
预警提示

降低空耗

潜力组重启

...

空耗组占比



创意工具

素材潜力测试前置，创意预审，科学评测账户潜力与素材方向

前侧工具

预审工具

创意洞察

...

创意素材起量占比





保持数据增长趋势，Q2量级对比Q1增长**90%**



次留率保持稳定趋势，环比**上涨5%**



“三高”人群用户占比从20%**提升至55%**，社区氛围明显改善



通过素材策略分析，素材arpu从500**上涨1000+**

