

B站广告投放干货 | 电商带货在B站怎么投放？电商在B站怎么获客？ 掌握这一篇，拿下B站用户

产品名称	B站广告投放干货 电商带货在B站怎么投放？电商在B站怎么获客？掌握这一篇，拿下B站用户
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	B站广告开户:联系我们 商业起飞/信息流/带货起飞:联系我们 B站代理商:联系我们
公司地址	广州市海珠区新港东路保利世界贸易中心E座
联系电话	13044251623 13044251623

产品详情

B站带货干货知识点分享，做好B站带货，收割高净值用户

B站：高互动、高消费潜能、多场景需求、高增长空间的带货平台

bilibili深受年轻人喜爱，

用户有着极高的黏性与忠诚度

月活用户	35岁以下Z时代占比	日均时长	弹幕总数
3.26亿	86%	96min	100亿条

Z世代具备高消费潜力与强尝鲜欲望，

正成为消费主力军

多元的兴趣圈层衍生出多元的消费场景，用户把B站作为“选品”基地

带货渗透率虽快速tisheng，但远不及liuliang天花板

空缺赛道亟待填充

【用户渗透】

每天观看带货内容的用户仅占DAU的15%

【购买渗透】

每天跳端进行商品浏览的用户仅占DAU的5%

月活：B站平台独占活跃人群

（竞媒平台低重叠率），但是和电商平台（淘宝为主）高相似度，是优质新客供给站

人群：18-30岁人群占比75%，男性占比60%。

场景：社交（恋爱、约会）、仪式感（送礼、精致）、懒癌、手残、熬夜、解压等为高频场景

货品：B站整体平均客单价124元，显著高于抖快等内容电商（抖音67、kuaishou26），大盘100到300占比最高

潜力空间大：观看带货内容的用户仅占DAU的15%；每天跳端进行商品浏览的用户仅占DAU的5%

独占人群增量价值：B站平台独占活跃人群

（竞媒平台低重叠率），但是和电商平台（淘宝为主）高相似度，是优质新客供给站

带货业务迅速增长，2024年聚焦趋势赛道进一步开放合作

功效科技、懒而精致、健康生活成为B站爆品密码

功效 -- 黑科技、好成分、新形态	场景 -- 创新、细分	情感 -- 治愈解压
产品采用新功能/成分	迎合季节/热点趋势/用户使用习惯	帮助用户在使用价值之余，
或在原有功能上实现形态/成分二次创新	挖掘出新的应用场景	还能获得某种情绪价值
养胃、护眼、hugan、减肥、口臭、牙齿美白	恋爱、养生、换季（保暖/防晒/过敏）、熬夜、居家、	治愈、解压、捡便宜、避坑（智商税）.....

祛痘去黑头、消毒抑菌...

清洁、好吃、养宠、旅游出差、戴口罩、头发油...

2024年，平台通过tishengliuliang、丰富场景等模式加速带货产品建设

通过tishengliuliang，丰富场景等模式进一步加速，提效，并重点打通商业和生态；

电商端-带货内容供给 打通转化链路

保障长期稳定的带货视频和直播的内容供给，通过品牌haotisheng内容丰富度，基于带货内容实现种草、引流、转化，打通货找人消费链路；基于搜索广告，商品橱窗等商业产品，打通人找货消费链路，精准挖掘liuliang价值；

营销端-电商广告协同 加速生意增长

广告为商家带来广阔的增长空间，广告与电商经营紧密协同，tisheng种草转化效率，加速品牌生意增长；

活动端-联合平台资源 实现爆发增长

商家可以根据品牌宣发，新品发布，大促爆发等不同生意目标，并结合不同的成长阶段，通过相关带货活动实现销量爆发增长，沉淀品牌人群资产；

产品能力路径一览

丰富的带货模式，匹配不同预算不同品牌主的多元营销场景

匹配不同品牌预算的带货玩法：

品牌类型

诉求特点

玩法策略

推荐资源

营销案例

<p>zhiming品牌</p>	<p>自身具备强势用户认知&持续性的品牌内容输出能力。希望在品牌影响稳固的基础上打造标识品、特色品或完成新品的触达。</p>	<p>产品卖点强绑定，打造适配卖点的内容沟通场景，激发用户对产品认知；</p> <p>锚定目标TA，做UP主矩阵规划，建议头腰尾UP主比例2:3:5梯度，起飞助力铺量抢占用心智；</p> <p>入口资源及效果赋能资源组合，多方位击穿人群，在用户视角打造产品立体化印象，形成XXX痛点找品牌的条件记忆；</p> <p>聚合用户心动一刻，打造品牌内容聚合话题，多层次影响用户；</p> <p>优质稿件内容回捞持续起飞推流，助力内容效率最大化，持续为品牌产品助推。</p>	<p>KOL+KOC+带货类UP</p> <p>首页推荐小卡</p> <p>Story小黄车挂件+投流</p> <p>视频播放页框下+评论区蓝链</p> <p>心动组件+话题聚合</p> <p>多入口Banner</p>
<p>新消费国货</p>	<p>新生代国货品牌，具备某个帮助品牌打出声量的biaogan产品。希望在维稳ROI的情况下同步扩宽品牌认知。</p>	<p>重点进行多场景需求打造，从产品的标志性卖点做深度切入，制造专业背书，tisheng用户对品牌的置信度、认知度；</p> <p>品牌线多产品组合覆盖，多元化产品完成多需求点触达，tisheng带货转化效率；</p> <p>腰尾部UP主多点爆破，组合起飞内容测试，高优内容加大杠杆，撬动用户购买力；</p> <p>小卡+Story双管齐下，精准触达目标用户人群；</p> <p>重点稿件条件筛选复投，拉长带货内容生命周期，品效长期影响用户。</p>	<p>KOC+带货UP组合</p> <p>首页推荐小卡</p> <p>Story小黄车挂件+投流</p> <p>评论区蓝链</p>
<p>性价比优品</p>	<p>优质货品，xingjiabigao。希望tigao货品销量及整体的ROI表现。</p>	<p>功效性内容展示，强化对比，直击用户需求痛点，刺激用户意愿；</p> <p>多角度、多效用方向内容测试，对吸量方向加大投入，复刻同方向内容，配合起飞推荐快速抢占用户注意力；</p> <p>稿件内容评论区互动引导维护，买家向互动烘托爆品氛围，tisheng蓝链转化；</p> <p>店铺优化，避免店铺简陋、商详页敷衍、买家秀负面评论等店铺侧问题造成用户流失。</p>	<p>首页推荐小卡</p> <p>Story小黄车挂件+投流</p> <p>评论区蓝链</p>

更多B站投放策略请联系我，免费提供营销咨询及开户，上面有联系方式哦