

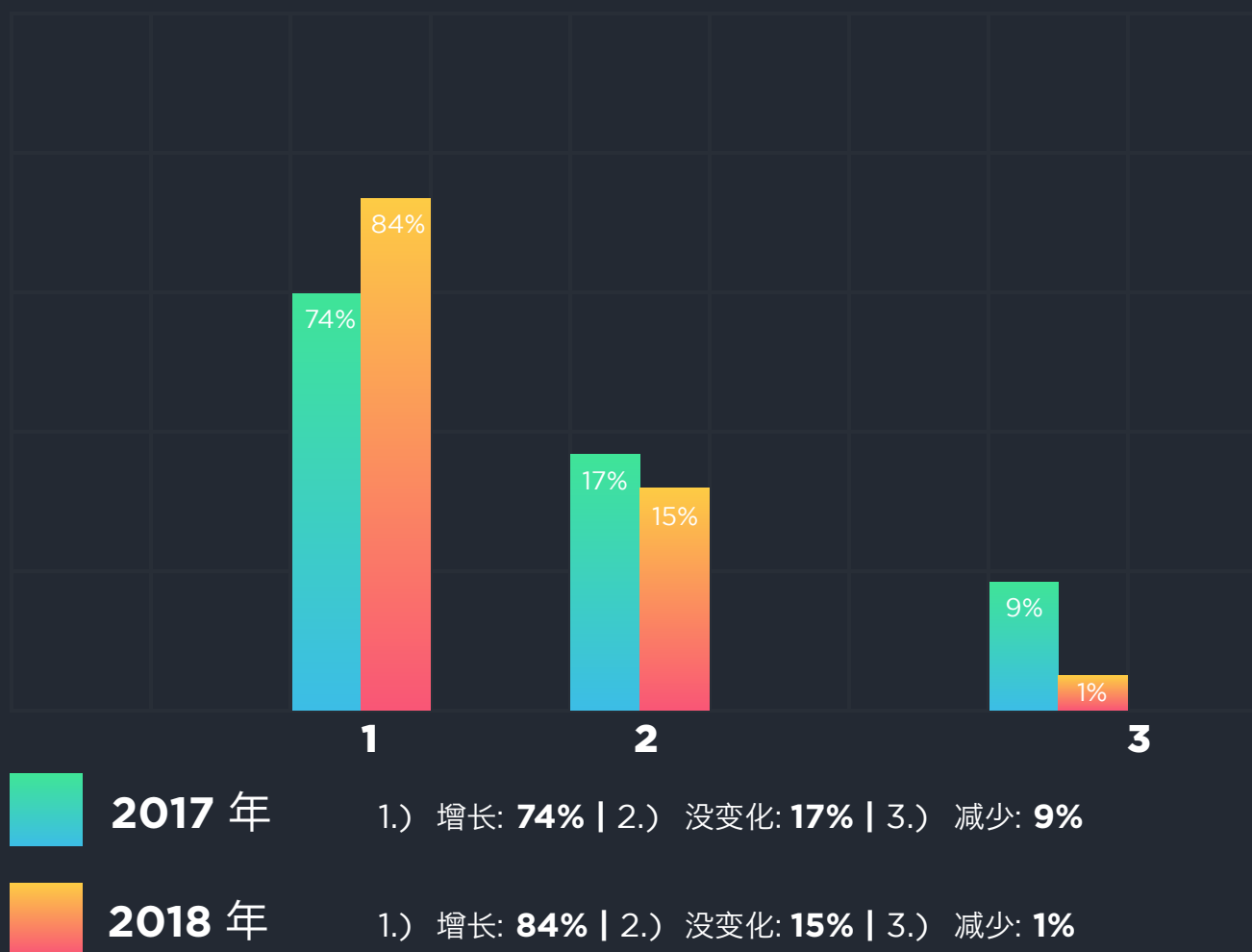
2018 CMO 移动营销指南

移动领域用户体验优化

第二年度移动营销人员调查结果显示,2018年 视频计划投入同比大幅增长, 这体现了各渠道中视频的使用率不断提升

2018 年计划增加视频投入的营销人员比例从 75% 上升至 85%

在 2017 到 2018 年间，你的移动营销中视频的投入预期是怎样的？

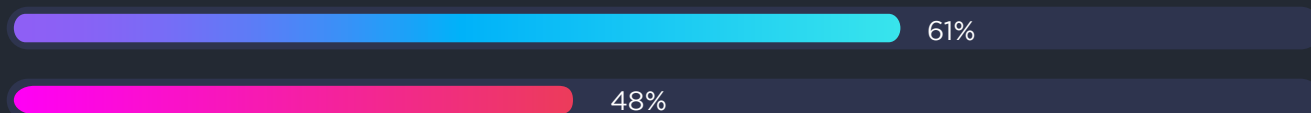


2018 年各渠道视频使用率呈上升趋势

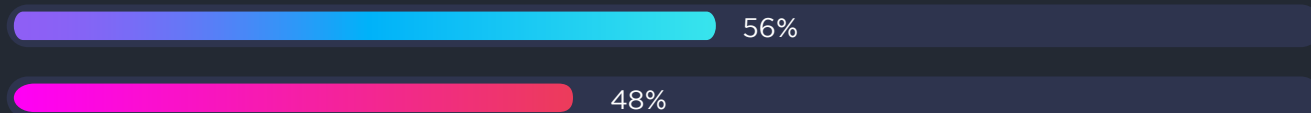
你使用哪种类型的视频，或计划使用什么类型的视频进行移动营销？

2017 年 2018 年

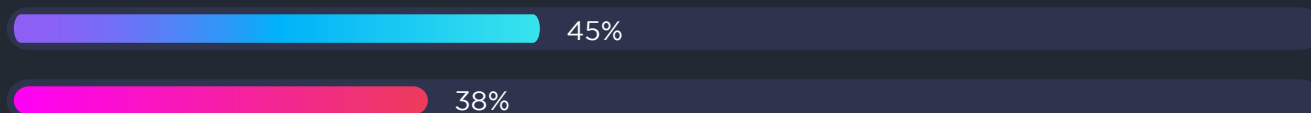
社交媒体视频



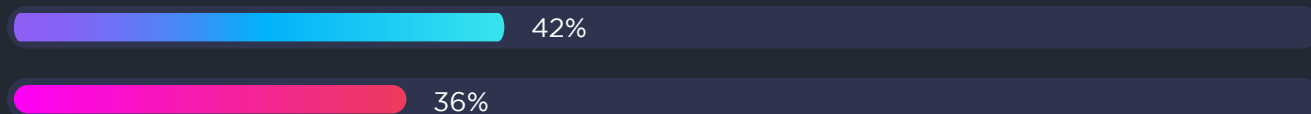
应用内视频



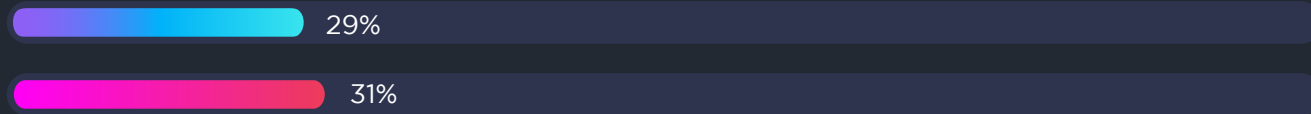
品牌视频广告



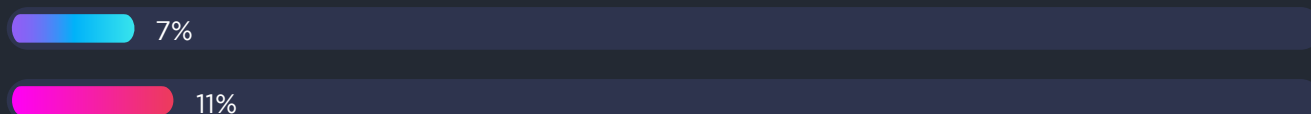
移动网页视频



激励视频



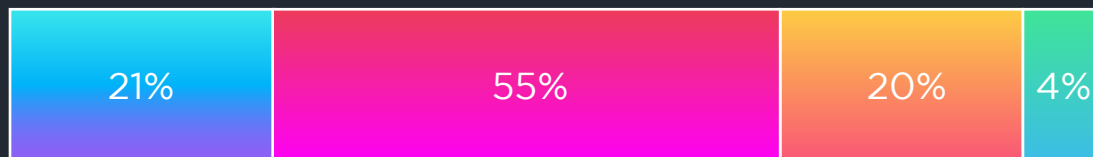
我们不使用视频或没有在移动营销中使用视频的计划



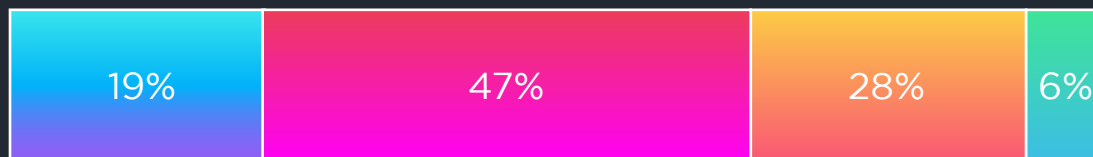
超过四分之三的受访者表示视频对于用户体验来说是十分关键的

视频在你的用户体验活动中有多重要？

2018 年



2017 年



至关重要

非常重要

一般重要

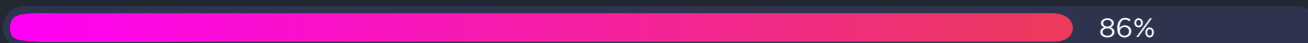
不重要

通过用户获取、宣传营销、互动以及再营销都能获得高评价

2017/2018 年，你的营销机构优先考虑用户体验中的哪个阶段？

2017 年 2018 年

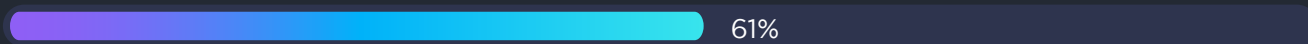
用户获取—获得新客户和用户



互动—鼓励现有客户和用户增加活跃度



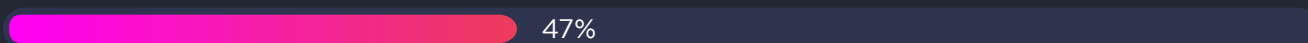
细分—针对特殊类型客户/最有价值的用户



再营销—与近期不活跃的客户和用户进行连接



宣传—只是让人们看到我们的名字知道我们的存在



我们不使用视频或没有在移动营销中使用视频的计划

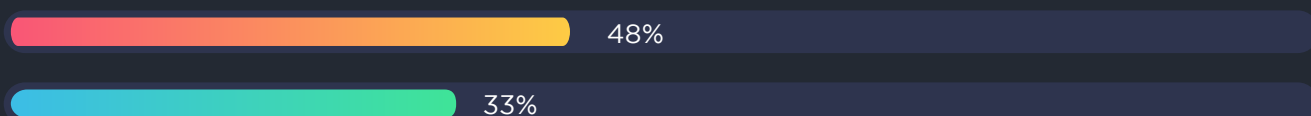


欺诈及无法有效评估结果被视为视频广告的两大难点，而营销人员则表示相较于之前，现在锁定正确用户稍微容易一些。

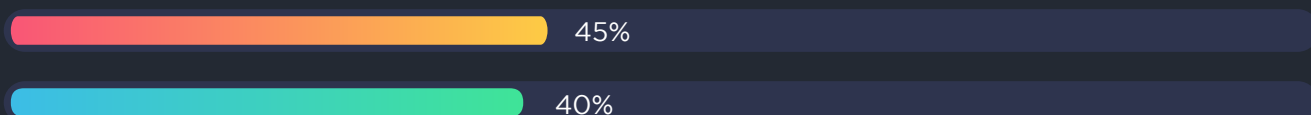
目前你的视频广告活动面临哪些挑战？

2017年 2018年

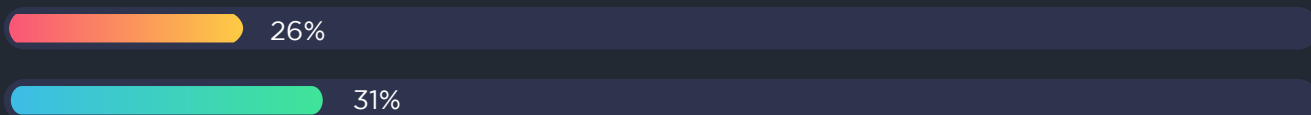
我们担心传播我们视频的网络平台存在欺诈行为



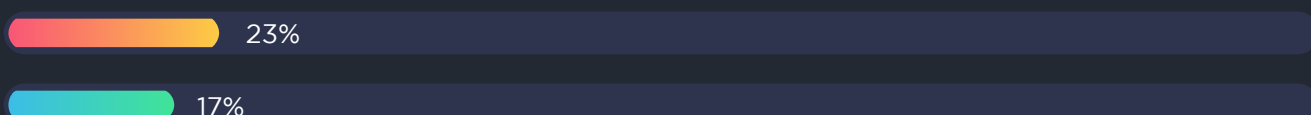
难以有效评估视频投入带来的影响



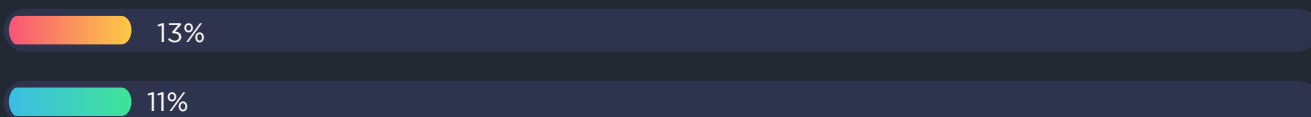
难以针对我们的目标受众



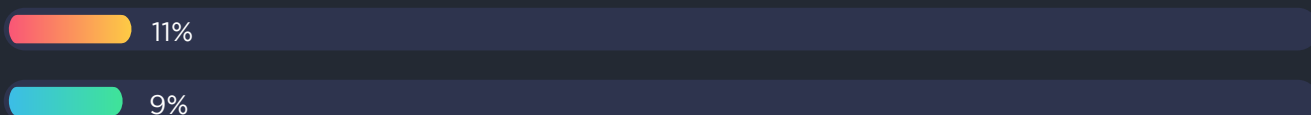
我们不确定人们是否会观看呈现给他们的视频



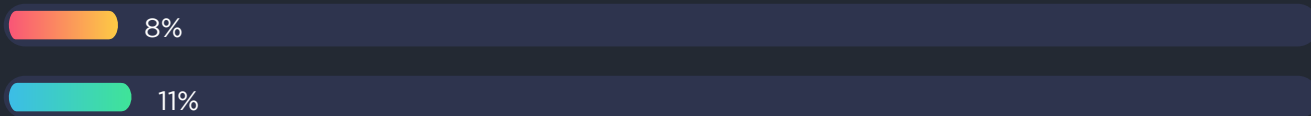
我们不信任视频广告的追踪和报告



我们在营销目标中努力争取平衡隐私问题

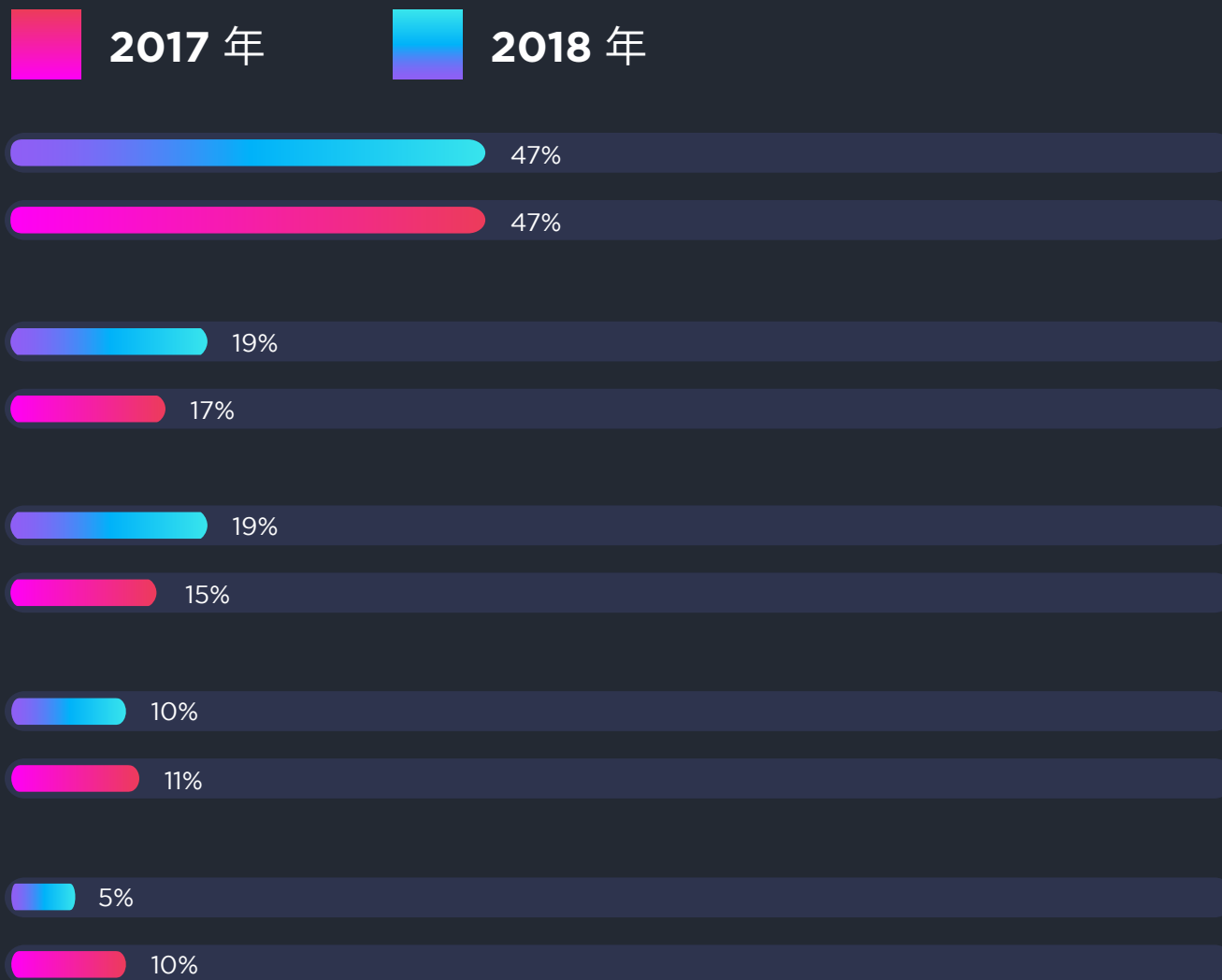


我们没有任何挑战



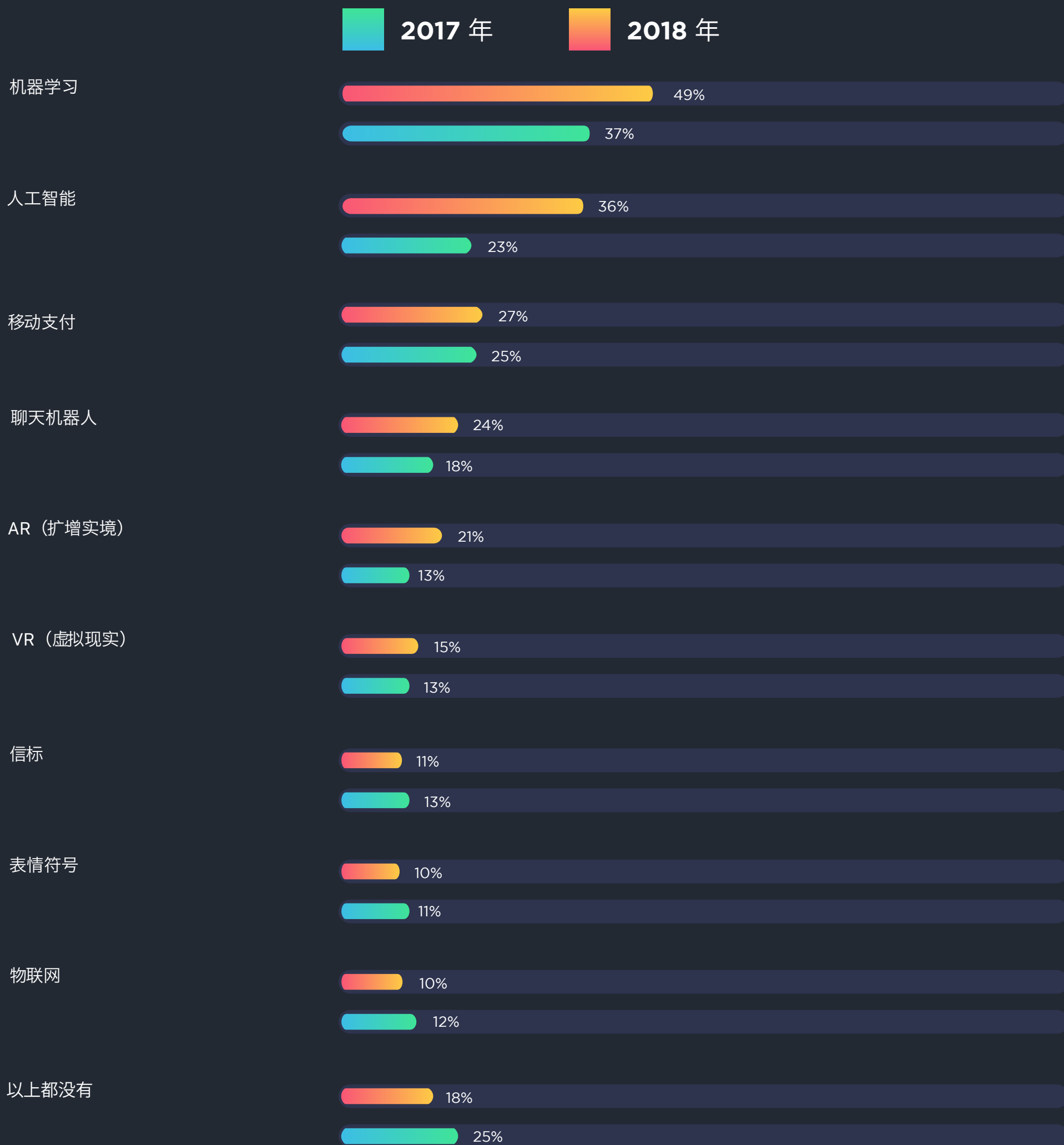
再营销越来越难做，所以这是为什么YouAppi 投入了一个高达双倍转化率和12倍投资回报率的强效再营销策略的原因

用户体验的哪个阶段给视频带来最大的挑战？



机器学习和人工智能将成为 2018 年中营销人员在新技术营销领域的首选

2017/2018 年你计划投入下列哪些尖端技术来支持你的用户体验？



2018 CMO 移动营销指南 是由市场调研公司 Dimensional Research 在 2018 年 2 月份通过对全球 425 位移动营销领域的专业人士调研所得。