

CISION®

美通社
PRNewswire
a CISION company

出海正当时，

品牌
PR需 **GET** 新技能

——生物医药专场沙龙

苏州 | 7月4日 (下午2点开始)

CISION®

美通社
PRNewswire
a CISION company



知名医疗企业
海外社媒运营负责人

Alisa

生物医药企业 海外社媒营销“秘籍”

汇报人: Alisa LAI

目录

Contents

01

什么是B2B传播？与B2C传播有什么差异？

02

海外传播为什么要加强自有媒体建设？

03

领英为什么是B2B企业传播的首选？

04

粉丝数翻倍，互动各项数据增长1500%？做对了什么？

1

什么是B2B传播？

与B2C传播有什么差异？

B2B传播与B2C传播差异

B2B品牌传播的目标受众是其他企业或机构，而B2C企业品牌传播的目标受众是消费者。这导致了两者在定位和沟通上的差异。B2B品牌传播更偏专业化和技术化，强调解决方案、效益和商业价值。它需要通过专业术语和行业洞察来建立信任和权威性。相比之下，B2C企业品牌传播更加情感化和个性化，注重消费者需求、欲望和情感连接。它需要通过创意、故事和情感共鸣来吸引消费者并建立品牌忠诚度。



受众专业性不同



宣传内容



消费者非个体而是决策群体



宣传渠道



产品及价格差异



宣传形式

	B2C	B2B
目标人群	大众，数量广泛	小众，数量有限
决策方式	快速决策，一人决策	复杂决策，多人决策
品牌主要诉求	情感、个性化、态度； 打造品牌形象	功能、理性、信任， 建立品牌认知
品牌打造渠道	广告，大众传播追求广度覆盖	公关，行业传播适合深度沟通

差异体现在传播端



渠道

B2B品牌传播通常依赖于专业媒体、行业展会和商务会议等渠道，以与其他企业建立联系并传递专业知识。此外，B2B品牌传播还可以通过企业网站、社交媒体和电子邮件等数字渠道来扩大影响力。



内容

B2B品牌传播主要面向企业决策者和专业人士，他们更加注重产品的性能、质量和可靠性。B2B品牌传播需要提供专业知识、技术解决方案和商业洞察，以满足其他企业的需求。这可能包括白皮书、案例研究、技术说明和行业报告等内容形式。



形式

B2B：内容>形式；
形式是为了服务内容的呈现；

B2C：形式相对更重要。

2

海外传播

为什么要加强自有媒体建设？

海外传播自有媒体建设的重要性

全球化和互联网发展，使得线上传播成为一种可能。



01



性价比

由于B2B 企业受众更加精准，有较高的行业壁垒，因此无论是筛选渠道还是渠道宣传的费用都更高。从长期发展来看，自有媒体建设成为高性价比的一种选择。



02



自主

在海外传播中，如果完全依赖第三方媒体进行宣传，很难保证信息的准确性和客观性。而拥有自己的媒体平台可以更好地控制信息发布的内容和形式，更好地传递企业信息。

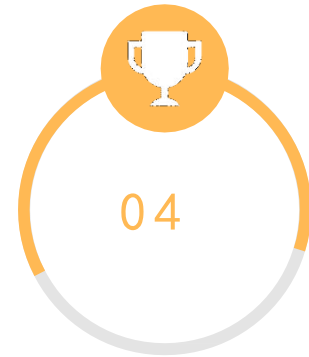


03



沟通及时性

减少了与外部沟通的环节，传播更具有时效性，同时反馈更加直接及时。



04



贴近客户

在海外传播中，由于文化、语言等方面的差异，很难直接与受众进行有效沟通。自有媒体可以通过定制化内容、精准投放等方式，更好地触达受众。



05



品牌窗口

通过发布高质量、有价值的内容，提升自身在目标市场中的影响力和知名度，成为了解企业、关注企业发展的重要窗口。

原因分析

口碑传播的重要性

社交媒体和互联网的发展，口碑传播已经成为了企业营销中不可或缺的一部分。企业需要关注消费者的反馈和评价，并积极回应和处理消费者的问题和投诉。同时，企业也需要通过积极营销和品牌建设来提高自己在消费者心目中的形象和信誉度。

1

专注商业目的的社交媒体

领英是一个专门为商业目的而设计的社交媒体平台。与其他社交媒体平台不同，领英的用户主要是商业人士和企业，他们在这里分享自己的职业经历、建立专业关系、寻找新的商业机会和招聘人才。这使得领英成为了一个非常适合B2B行业传播的平台。

2

用户精准

高质量、真实的用户群体，与B2B企业决策群体重合率高。

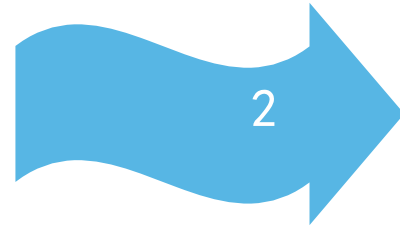
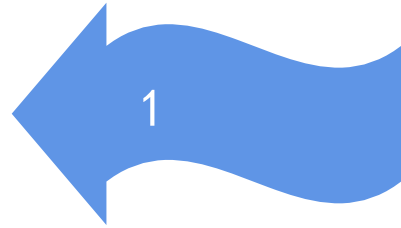
领英平台成为B2B传播最信任度最高的社媒。

3

消费者洞察：口碑传播趋势

Edelman Trust Barometer

调查全球各地消费者对不同机构和行业的信任程度。根据最新的报告数据，口碑传播已经成为消费者决策过程中最重要的因素之一。报告显示，85%的受访者表示他们会在购买之前查看产品或服务的在线评价和口碑。

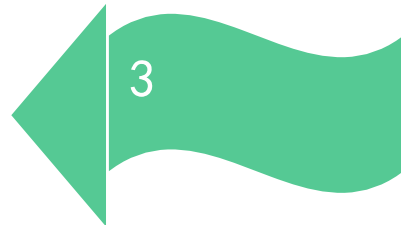


McKinsey & Company

From Touchpoints to Journeys: Seeing the World as Customers Do 的报告中指出，消费者决策过程已经从传统的线性模型转变为非线性的多渠道模型。在这个新模型中，口碑传播在消费者购买旅程中扮演着重要角色。

Nielsen Global Trust in Advertising Report

根据最新的报告数据，92%的受访者表示他们相信家人和朋友的建议，而只有33%相信在线广告。这表明人们更倾向于相信身边人的口碑推荐。



调查结果：信赖度、精准度高

- 根据2021年3月进行的一项调查，领英平台成为B2B传播最信任度最高的社交媒体平台。该调查由知名市场研究公司Statista和B2B软件评估公司Meltwater联合进行，共有近3000名营销专业人士参与了调查。
- 调查结果显示，超过一半的受访者（52%）认为领英是他们最信任的社交媒体平台，其次是Twitter（14%）、Facebook（11%）和Instagram（10%）。此外，调查还发现，领英在B2B营销中的影响力正在不断增强，越来越多的企业将其作为重要的营销渠道之一。

LinkedIn是B2B品牌出海营销的最佳选择

"How do you perceive Advertisers on each platform"

LinkedIn vs.
other social
platform

比起其他的社交媒体,我们
能够为B2B企业出海营销
提供4大保证

更专业的
品牌形象



92% > 34%

更精准的人
群定向



74% > 27%

更适合营销
转化的流量



72% > 33%

更具备国际化
业务的视野



59% > 30%

4

**粉丝数翻倍，互动各项数据增长
1500%**

做对了什么？

成果页展示

Overall Growth



核心数据增长 **LinkedIn**

粉丝数增长：20000+，增长率100%+

各项互动率（阅读量、点赞、评论、转发）1500%+

原创内容平均点赞由原来每条30左右到单条基本上
200+

最高点赞由200+到500+

Content analytics

Dec 7, 2021 - Dec 6, 2022

Highlights

Data for 12/7/2021 - 12/6/2022

13,803

Reactions

▲ 1,809.1%

385

Comments

▲ 1,504.2%

908

Reposts

▲ 1,646.2%



运营原则：新闻性+社交性

1

真实性

信息应准确无误，不得捏造。

“真诚”是人与人交流的必杀技。

2

客观性

保持客观，不要过于夸张。内容呈现全面的，

不可缺失要素，造成理解的困难。

3

及时性

保证发生的事情及时和大众沟通



新闻性

确保传递给读者有价值的信息，有信息点，而非仅仅满足市场营销的需求。

4

交互性

社交媒体本身具有的社交属性，其中最重要的一点就是它有交互性，传播的信息应该有利于与客户建立情感的链接。

5

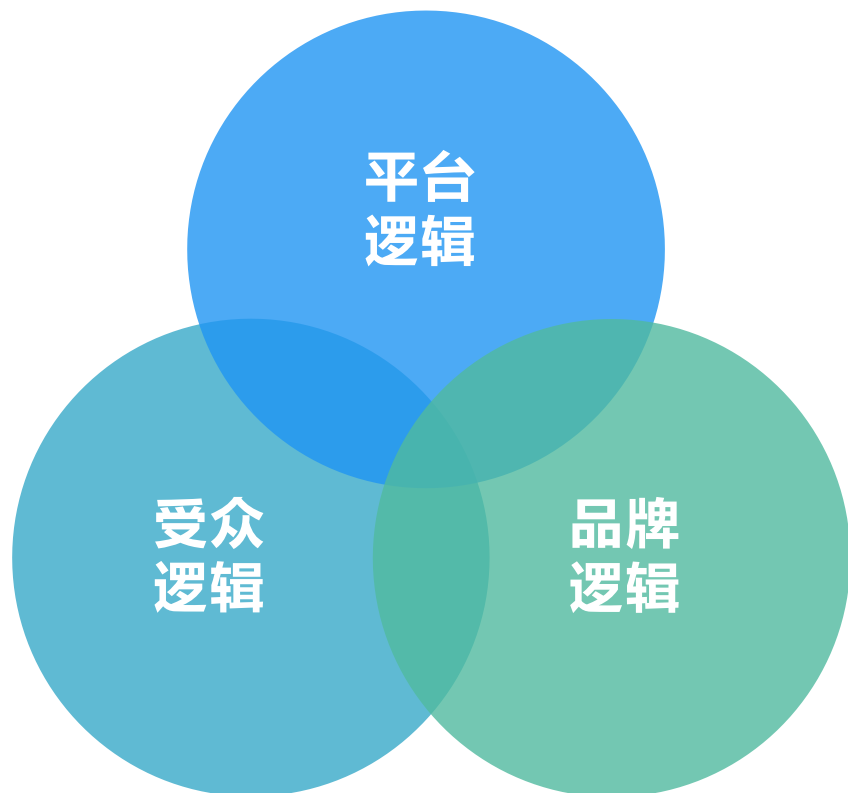
品牌个性

包容、尊重、自信、拥抱国际化和多元文化。

6

内容： 领英选题逻辑

如何做好选题？



1. 职业和专业发展
2. 工作场所的多样性、公平性和包容性
3. 领导和管理

4. 技术和创新
5. 销售和市场营销
6. 创业和初创企业
7. 行业特定的新闻和趋势

8. 工作与生活的平衡和健康
9. 人力资源和人才管理
10. 远程工作

1. 疾病预防和治疗
2. 医疗保健政策和法规
3. 新药研发和临床试验
4. 医疗设备和技术创新

5. 医疗机构评价和排名
6. 医生和护士的培训和教育
7. 患者隐私和数据安全

8. 医疗费用和保险报销
9. 健康生活方式和营养饮食
10. 心理健康和心理治疗

品牌传递信息：

创新力量、改变者、引领者； 品牌个性： 包容、多元、创新、负有责任

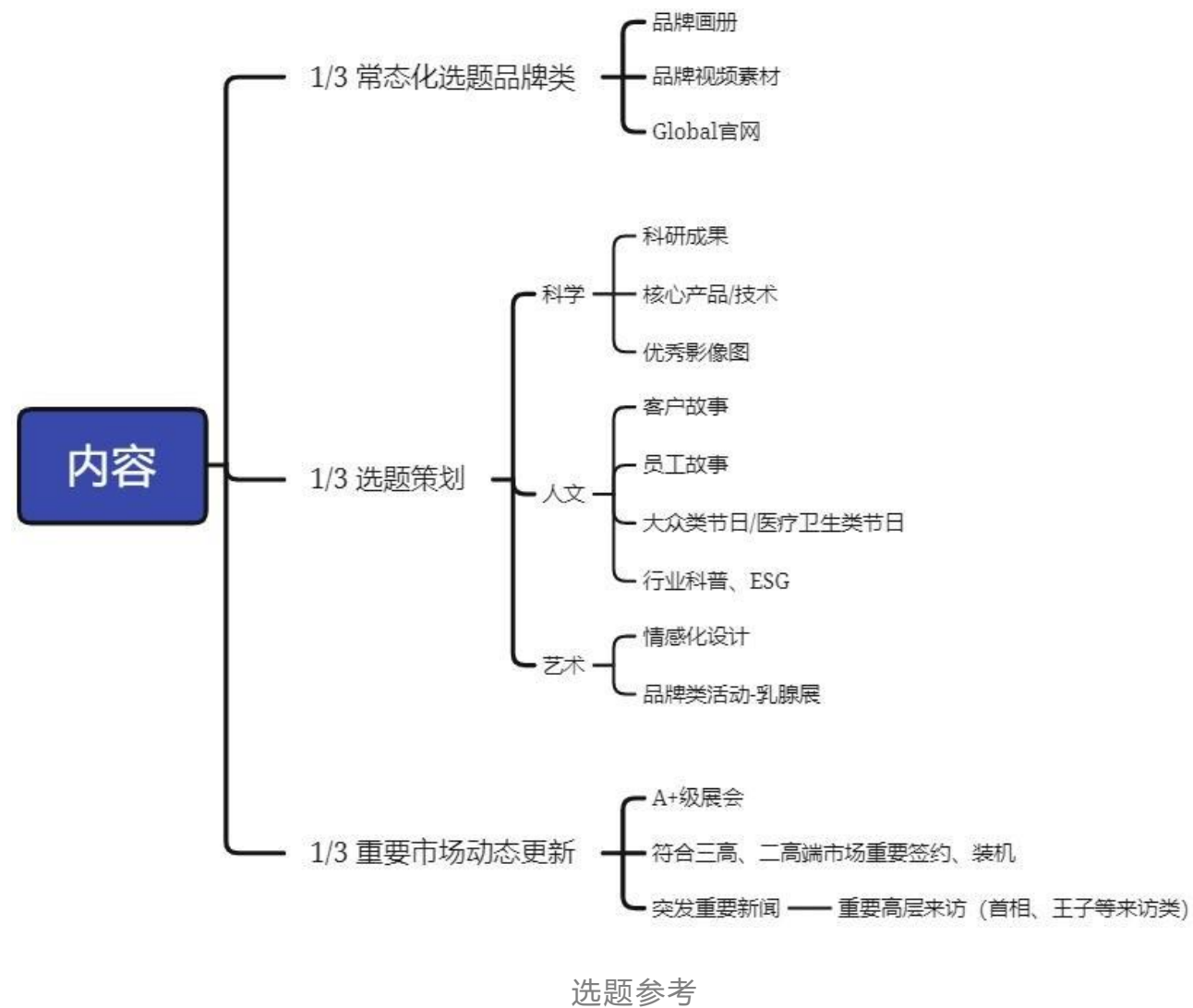
传播阶段和传播目标

基于营销目标及目标人群，制作内容



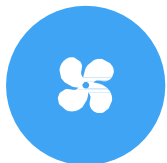


决策者最感兴趣的内容调查结果



内容专栏

Special Columns



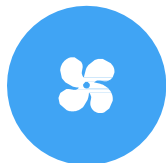
创新技术

体现产品、技术的创新，
解决行业痛点问题。
体现产品创新力，突出
创新引领者企业形象。



客户故事

顶天和立地两个维度。
用真实的客户声音反馈
体现产品价值，同时体
现品牌使命。



员工故事

通过核心员工的故事
体现品牌价值观。



行业节日

借力行业节日影响力
突出品牌形象，同时
融入community。

客户故事

"The image quality is superb! We obtained such remarkable images in less FDG dose and less time," stated Chief Nuclear Medicine Doctor Guillermo Martínez in Colombia. ...see more

"This newly installed digital PET/CT is equipped with AI and the latest deep learning reconstruction technology, so it has greatly reduced radiation exposure and scanning time," said Dr. Mohan Vamsy, Chairman o...see more

"Even with a half dose of FDG, the image quality is still better than Analog systems with a full dose by using the Hyper DPR recon technology. It's unbelievable," said Dr. Peña, chief of PET/CT service at FUESMEN. ...see more



CEO Jusong Xia and 289 others

6 comments • 20 reposts

CEO Mehedi Hasan and 209 others

20 reposts

CEO Ruichen (Richard) Huang and 257 others

2 comments • 35 reposts

字数：150字以内

传递客户真实的声音

最好是一个完整的解决方案，包含问题、解决方案，带来的结果整个循环，同时必须有客户真实的反馈。

图片/视频同样也包含信息

注意：授权问题

符合三重逻辑

参考逻辑

<p>Context & Challenge</p> <p>(C1: General; C2:industry; C3.Specific...)</p> <p>※Pain point</p> <p>What problems they are aiming to solve?</p>
<p>※Solution</p>
<p>Products and its main features</p> <p>(Outline)</p>
<p>※Benefits:</p> <p>Please provide with concrete case</p>
<p>※Quotes from KOL</p> <p>(Name, title, approval of endorsement)</p> <p>※What's the benefits?</p> <p>Why they chose UIH?</p> <p>How they feel about our product or service?</p>
<p>Patient's quotes, if possible</p>
<p>If it is a strategic partnership, quote from head of the Region(UIH)</p>

case 1					
X>About the client	Name	Region/Country	Brief introduction		
About our cooperation	Which products?	Quantity	Milestone	Installed date	supplementary information
Context & Challenge (C1: General; C2:industry; C3.Specific...)					
X/Pain point What problems they are aiming to solve?					
X/Solution					
Products and its main features (Outline)					
X/Benefits: Please provide with concrete case					
X/Quote from KOL (Name, title, approval of endorsement) X/What's the benefits? Why they chose UIH? How they feel about our product or service?					
Patient's quotes, if possible					
If it is a strategic partnership, quote from head of the Region(UIH)					
Note	<p>Please note: X to reuse option.</p> <p>Please attach with 3-4 HD photos related to the content, and make sure client agrees above content to be used for promotional purpose.</p> <p>Photos requirements:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Panorama of the hospital; 2. KOL in clinical trial; 3. Our products with doctors; 				<p>Click here</p> <p>Download photos for KOL usage</p>
The table is given by?	Dept.	Name	contact info	supplementary document file or link	

围绕重要线下活动，制作线上Campaign

*** 借力每次线下重大活动，放大品牌声量***

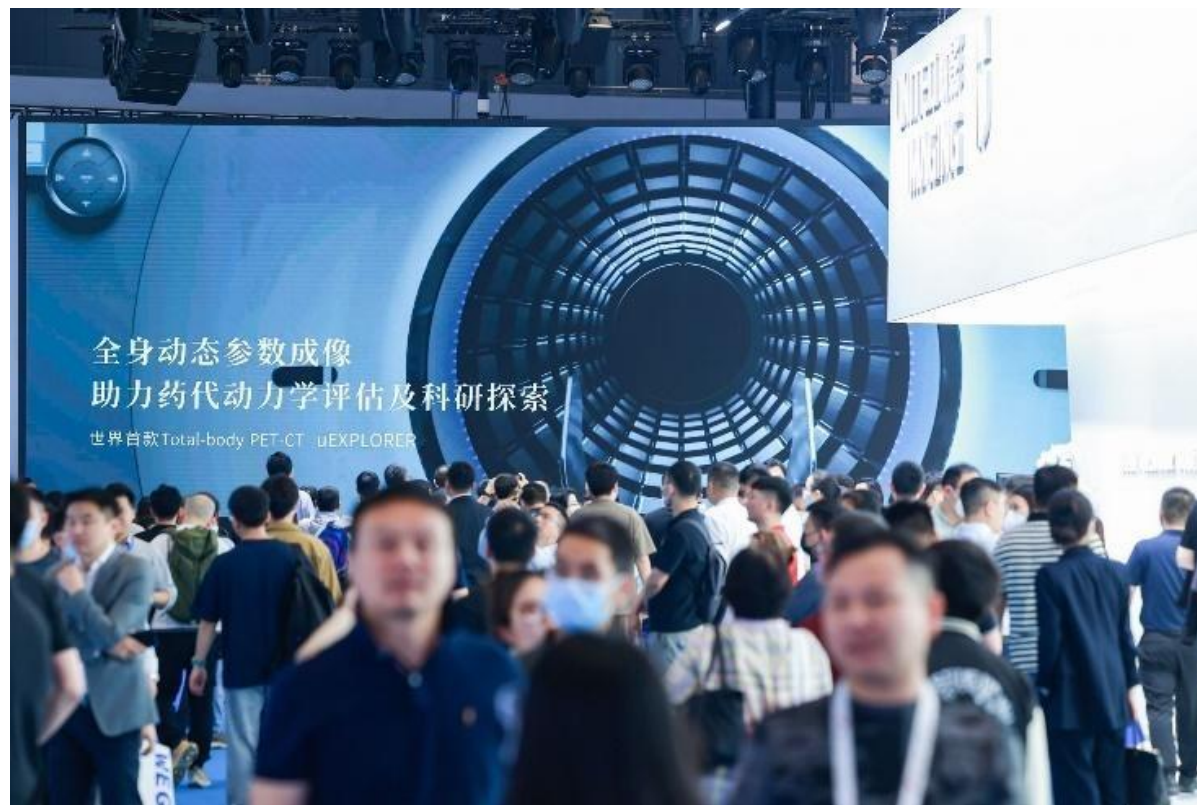
重大活动宣传

每次重大的活动是线上线下同步展示核心产品的最佳契机。线上宣传能够极大的放大线下活动的影响力。

亮点

节奏

互动



成功线上展会宣传：三个重要成功因素

亮点

基于行业热点、行业发展趋势、活动本身亮点、品牌传递核心信息寻找传播亮点。

节奏

传播节奏需要结合传播calendar。每条信息传递的侧面应该有不同，但服务于一个传播主题，强化主题信息。

互动

保持与一线员工及粉丝及时沟通，在内容的呈现上更加人性化。

频率和节奏

- 增加发布频率
- 制定宣传Campaign
- 形式相互补充：图文、视频、链接、pdf、gif
- 内容节奏相互配合

五月May							
本月计划	周一 MON	周二 TUE	周三 WED	周四 THU	周五 FRI	周六 SAT	周日 SUN
	1	2	3	4	5	6	7
				Installation in Greece, EU	Client Endorsement	Client Video Endorsement	
Press Release:							
1. Press Release of CMEF (website and PR media)	8	9	10	11	12	13	14
2. Press Release for US Research (website and PR media)			CMEF Invitation		Nurse's day (@赵旗飞)		The coolest five things about United Imaging at CMEF
	15	16	17	18	19	20	21
	highlight: Rubik's integrated operation room	video clip (@杜心羽(Xinyu DU))		Press Release of CMEF	Conclusion Video @杜心羽(Xinyu DU)		
备忘录	22	23	24	25	26	27	28
			client voice from India p.s. PET/MR (@赵旗飞)		PET/MR 790 Product video+highlights		
Red: most important Purple: key event Green: festivals	29	30	31				
		PET/MR 790 clinical application		US Research Recovery			

六月June							
本月重点项目Projects	周一 MON	周二 TUE	周三 WED	周四 THU	周五 FRI	周六 SAT	周日 SUN
				1	2	3	4
1. Press Release of ISMRM (website and PR media)					ISMRM symposium invitation	ISMRM Press Release	
2. Press Release for SNMMI (website and PR media)							
3. Quarterly Newsletter	5	6	7	8	9	10	11
4. SEA client story (Video+document)	ISMRM highlight: adept, 5T		Customer Voice India				
5. Guidance to SEA Market, Annual communication and marketing plan template	12	13	14	15	16	17	18
6. U.S. stories preparation		Customer Voice			US Research		
7. "One belt, one Road" client story series		SEA					
备忘录	19	20	21	22	23	24	25
			SNMMI Invitation	BAMF Open Day		SNMMI highlight: panorama GS	
Red: most important Purple: key event Green: festivals	26	27	28	29	30		
	SNMMI highlight: nueroEXPLORER		UC Davis Customer Voice				

5月、6月领英传播计划

行业节日



国际放射学日

时机:

国际放射学日，联影当天发布了各条线最顶尖产品不同部位的高清影像图，致敬探索人体奥秘的前行者。

多媒体：各条线最卓越的影像图

文案:

- 结合时下新闻将探索星球的不懈追求比拟人类对身体奥秘的探索过程；
- 致敬放射学史上所有为探索人类身体奥秘作出贡献的人们。

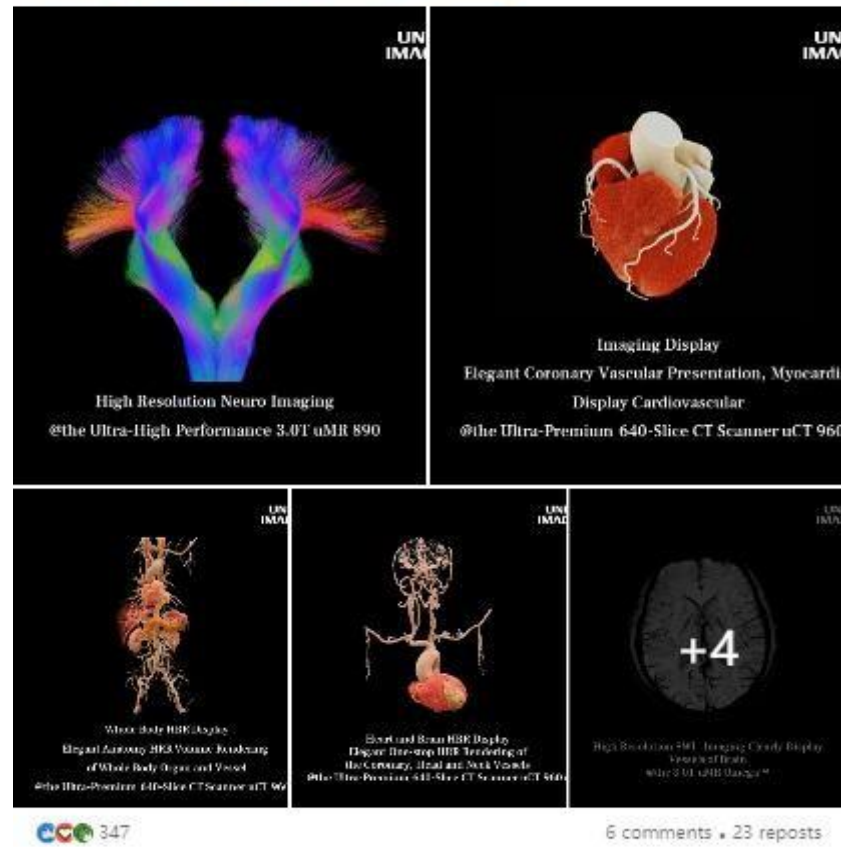
调性：过渡自然；作为后来者的谦卑与前人共同为解密人体奥秘的决心。

By virtue of the Webb telescope, we captured the first photo of unseen aspects of the universe; likewise, with the aid of medical imaging, we can reveal the microcosm of the human body.

Today is International Day of Radiology (#IDoR), and on this day in 1895, Wilhelm Conrad Röntgen discovered the existence of X-rays. Since then, countless scientists, researchers, and professionals have been working vigorously to push forward the evolution of radiology.

We pay tribute to all of them today for their tremendous contributions to enhancing healthcare and delivering safe patient care to each individual. Radiology Can Build a Better World!

#PassionforChange #medicalimaging #ct #mr #radiology #radiologist #radiographers #InternationalDayofRadiology



获得广泛的点赞、转发。单条点赞超347，单条阅读达：17966

最受欢迎领英：核心信息、发布时机、图片/视频、KOL



品牌调性

品牌在传播过程中所表现出的情感色彩和个性特征。它是品牌形象的重要组成部分，可以帮助消费者更好地理解 and 认知品牌。

品牌内涵

品牌内涵是指一个品牌所代表的意义和价值观。它是品牌的核心，是品牌与众不同的特征。品牌内涵包括品牌的文化、历史、信仰、个性、形象等方面。

与时代共振

01

随着科技的不断进步和人们对健康需求的不断提高，医疗科技行业也在不断地发生变化。企业密切关注社会和市场的变化，及时调整自己的战略和产品，以满足人们日益增长的健康需求。

02

与行业共舞

不仅关注自身的发展，还要关注整个医疗科技行业的发展。致力于解决行业痛点问题，与行业共同发展。

03

与个体共鸣

关注每一个个体的健康需求。无论地理、人种、贫富、国籍差异，企业关注每个生命的个体并给与每个个体最大的尊重与关爱。

注意事项

版权

合法性

确保所有的文字、图片、视频、音乐等拥有合法的版权。

特别是视频和音乐是否存在版权问题需要特别留意。

授权

合法、合理性

确认文字图片是否获得合法授权；

确认审核流程的合理性：

- 事实性审核
- 语法审核
- 流程审核

政治

保持政治敏感性

注意：

性别问题、人种问题、动物问题、政治倾向问题等。

请勿对任何个人或企业进行评判，请不要有性别偏见，不要过分强调中国身份，也不要回避这一点。

利益关系

兼顾背后利益关系

领英是个交互平台，在这背后是不同的利益关系。包括子公司、不同条线、海外同事、各代理商、不同客户、媒体等利益关系。

在发布、转发、审核内容的时候都需要考虑是否会存在利益的冲突。

5

B2B传播的难点和体会

■ 几大难点

■ 几点体会

B2B 传播的难点和体会



传播效果难量化
如何管理领导期待
如何被看到



沟通壁垒大
技术壁垒
传播壁垒



渠道很重要
战略布局
早期规划



坚持
长期主义
专业主义

海外传播常用网站/工具

工欲善其事，必先利其器



关注行业发展

十四五规划、麦肯锡行业报告、GlobalData Healthcare、Dloitte Life Sciences & Healthcare、CDC-Centers for Diseases Control and Prevention、NIH: National Insitutes of Health



关注行业重要活动组织方

关注行业重要活动组织方，他们关注什么，主题是什么？一定程度上反映了行业关注的焦点。传播的时候尽量往行业关注的问题倾斜更容易引起行业的关注。



传播发展趋势

美通社研究报告、尼尔森行研、BBC等媒体调研



通用工具

翻译: DeepL, DocheroAI; 语法: Grammarly; 笔记: 印象笔记; 时区: TimeandDate; 英语转述: paraphrasing Tool

Chat GPT

感谢!



小红书：医视前沿

汇报人：Alisa LAI

CISION®

美通社
PR Newswire
a CISION company

关于 Cision

作为公关、市场营销和社交媒体管理技术与洞察领域的全球领先者，Cision 帮助品牌和机构锁定、联系和接触客户以及利益相关者，以取得业务成果。Cision 旗下的美通社（拥有 11 亿影响者的企业新闻稿发布网络）与 Falcon.io（一站式社交媒体管理平台）构成了一套一流的解决方案。此外，Cision 已经签订了收购 Brandwatch（社交媒体监测平台）的最终协议。Cision 在美洲、欧洲、中东和非洲以及亚太地区的 24 个国家和地区设有办事处。有关该公司屡获殊荣的解决方案的详情，包括新一代 Cision Communications Cloud®，请访问 www.cision.com，并在 Twitter 上关注 @Cision。

关于美通社

美通社（PR Newswire）在企业传播领域深耕多年。1954 年美通社开创了企业新闻稿发布行业的先河，于 2016 年成为 Cision 旗下公司。美通社服务着全球七万多家企业和机构，每天以四十多种语言，帮助客户把他们的最新文字、图片和视频资讯发布给世界各地的目标受众。此外，美通社还提供全球媒体数据监测和分析服务，为客户的日常传播工作提供数据、技术等支持。

北京 (86-10) 5953 9500 | 上海 (86-21) 8017 9500 | 深圳 / 厦门 (86-755) 8203 7494 | 杭州 (86-571) 8821 9685 | 成都 (86-28) 8511 4629
中国香港 (852) 2572 8228 | 中国台湾 (88-62) 2768 0350 | 新加坡 (65) 6692 2374 | 马来西亚 (60-3) 2096 9637 | 印尼 (62-21) 8063 1839
韩国 (82-2) 6929 2223 | 澳大利亚 (61-2) 8052 9555 | 越南 (84-28) 6276 8957

marketing@prnasia.com



欢迎扫码咨询!



欢迎关注我们