附件3



贾春雨 百度商学院营销专家

■ 2010年加入百度，多年研究互联网营销，搜索营销，数据分析，原生广告，人工智能等领域，目前为百度商学院负责人

■ 百度高级营销分析专家

■ 企业行业协会专属演讲嘉宾

■ 北京大学孕婴童总裁班分享嘉宾

■ 各大行业展会分享嘉宾



李楠 大蒜传媒联合创始人；网盛互动联合创始人；小战士工作室创始

■ 多年的资深行业服务经验，公关策略推广网络互动与传统媒体等传播曾

■ 执行百度北京公司，福特，奔驰等重大公关活动/营销策略项目

■ “急功近利”的流量布局、营销转化。急功：快速的建立品牌；近利：快速轉換成交量。区分流量思维与流量池思维。流量思维：获取流量，然后变现流量。流量池思维：获取流量并通过储存、运营、发掘等方式获得更多流量。此次分享内容围绕主题下分三个维度做分析分享。一如何获取流量？二流量如何有效转化？三流量的运营和在发掘。