

企业数字化营销精彩场景和案例 2019年度盘点

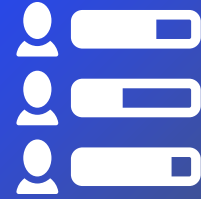
2019营销技术的四大热点领域



智能流量管理



大数据洞察
指导计划及优化



用户生命周期管理



后链路闭环营销

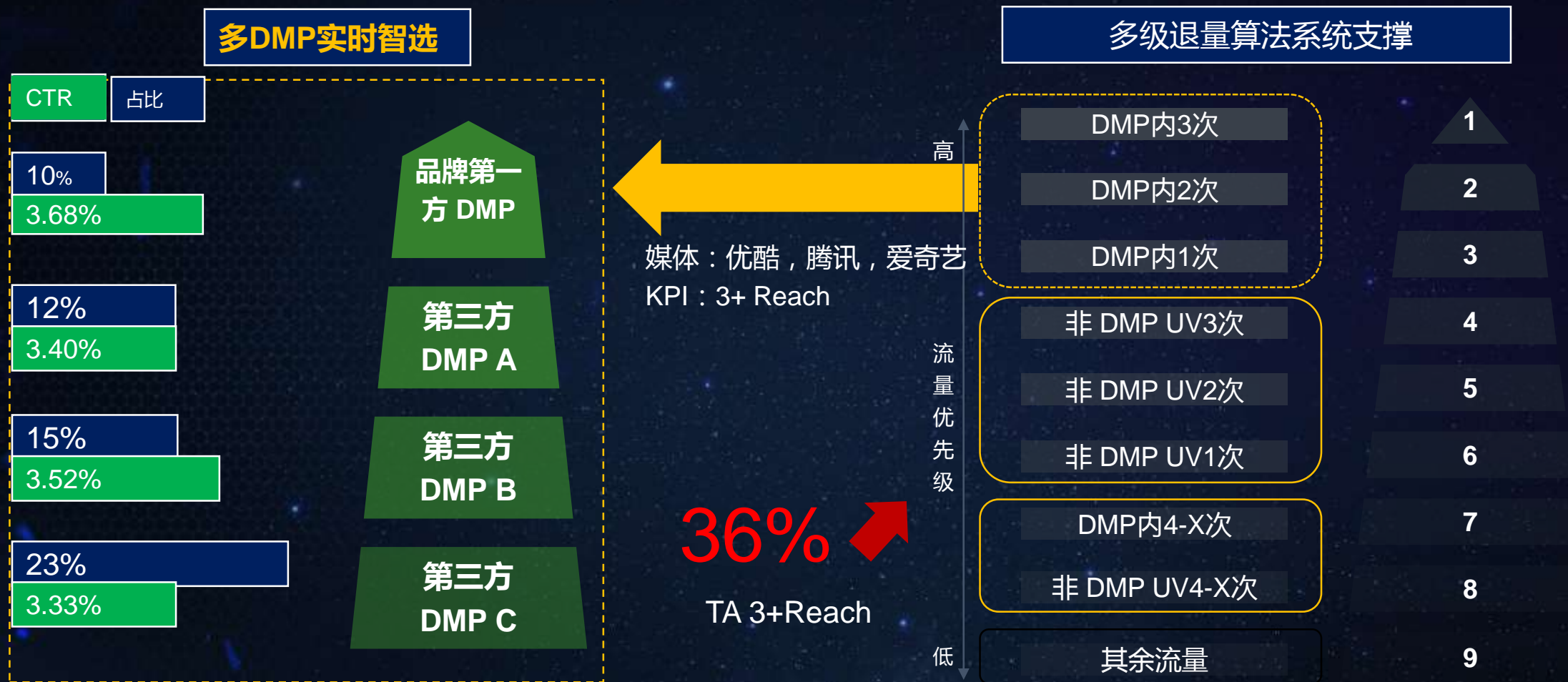
智能流量管理

一站式流量管理成为各大品牌的战略选择



知名日化品牌多种流量多级DMP问询优化Reach

Case
案例



国际知名快消巨头一站式智能流量管理

Case
案例

第一阶段：

单品牌PDB+PD+RTB在
OTV, Feeds, Display等资源上的联动



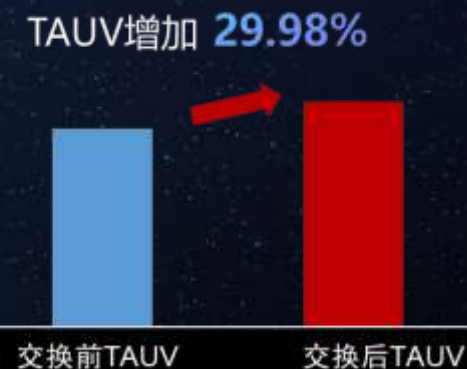
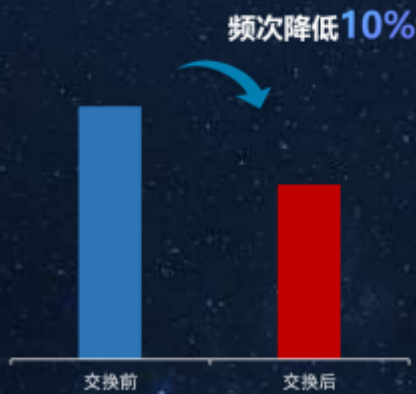
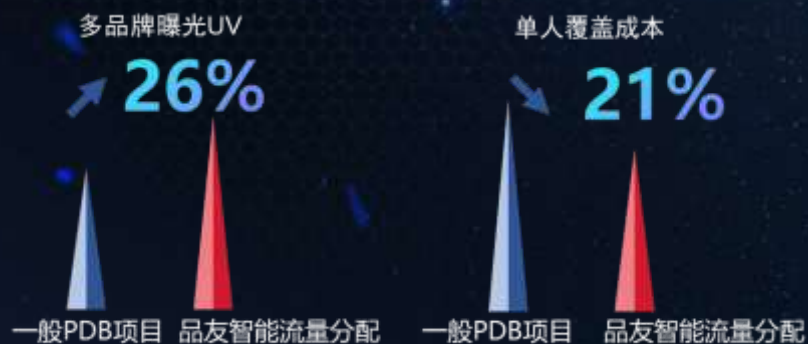
第二阶段：

客户内部不同品牌的流量分发



第三阶段：

跨广告主流量交换



国际医药集团创意轮播结合地域智能场景化创意

Case
案例

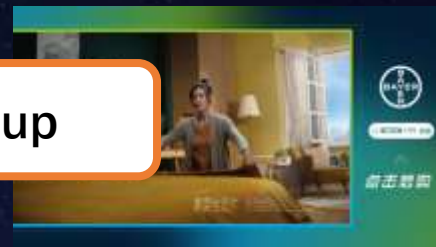
Bus station



Park



Clear up



标准版



舟山
和平药房



30
城市

宜宾
老百姓药房



丽江
怡康药房



2040
创意

大数据洞察指导计划及优化

某国际家电巨头完善的全链路数据收集及洞察

Case
案例

1 统一的campaign数据格式管理

- 标准的campaign code
- 方便的查询和交叉分析

2 实时的数据收集支撑业务优化

- 10+数据源
- 实时数据更新
- 数据更新实时提醒

3 实时数据报表及分析

- 100+报表输出
- 实时数据评估及建议

Campaign	Start-date	End-date	Campaign Status
0032_TBQ4MGHawer_Social_China_20190909_20191231	2019-09-09	2019-12-31	On-3
0033_TBQ4OHCUD_Display_China_20190918_20191231	2019-09-18	2019-12-31	On-3
0029_TecCampaign_EC_JD_China_20190901_20191231	2019-09-01	2019-12-31	On-6
0038_TBQ4OHCUD_Display_China_20190926_20190926	2019-09-26	2019-09-26	Not-4
0037_W19_MQ_EC_Tmall_China_20180913_20190930	2019-09-13	2019-09-26	On-3
0025_W19_DHC_EC_Tmall_China_20190911_2019-09-11	2019-09-11	2019-09-11	On-3

Data Source Name	Update Frequency	Create time	Operator	CTime m_time
秒针	day	2019-08-23 15:52:06	admin	2019-08-23 15:52:06
百度	day	2019-08-26 12:54:45	admin	2019-08-26 12:54:45
京东营销	day	2019-08-23 18:24:40	admin	2019-08-23 18:24:40
京东商城	day	2019-08-23 19:01:26	admin	2019-08-23 19:01:26
天猫营销	day	2019-08-23 20:10:25	admin	2019-08-23 20:10:25
XHL to JD	day	2019-08-23 21:25:04	admin	2019-08-23 21:25:04
XHL Tracking	day	2019-08-24 16:27:01	admin	2019-08-24 16:27:01
Unidesk	day	2019-08-24 17:47:24	admin	2019-08-24 17:47:24

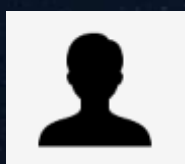
No	Report Name	time horizon	status	Create time	Update time	Operations
25	0901-0919 ALL	2019-09-01-2019-09-19	complete	2019-09-20 16:02:10	2019-09-20 16:05:34	下载 删除
24	Q1-9-11	2019-09-16-2019-09-16	complete	2019-09-19 2:48:18	2019-09-19 18:43:57	下载 删除
23	Media MC,OTM	2019-09-01-2019-09-15	complete	2019-09-19 10:6:10	2019-09-19 11:09:22	下载 删除
17	百度best	2019-09-01-2019-09-15	complete	2019-09-19 2:37:06	2019-09-19 10:21:36	下载 删除
19	秒针_003_0918	2019-09-16-2019-09-16	complete	2019-09-18 8:47:42	2019-09-18 16:47:43	下载 删除



输出洞察和分析指导项目的实时优化



深演给我们开发的系统化产品完全符合我们的业务需求，现在这个产品已经变成我们每天都要使用的产品。



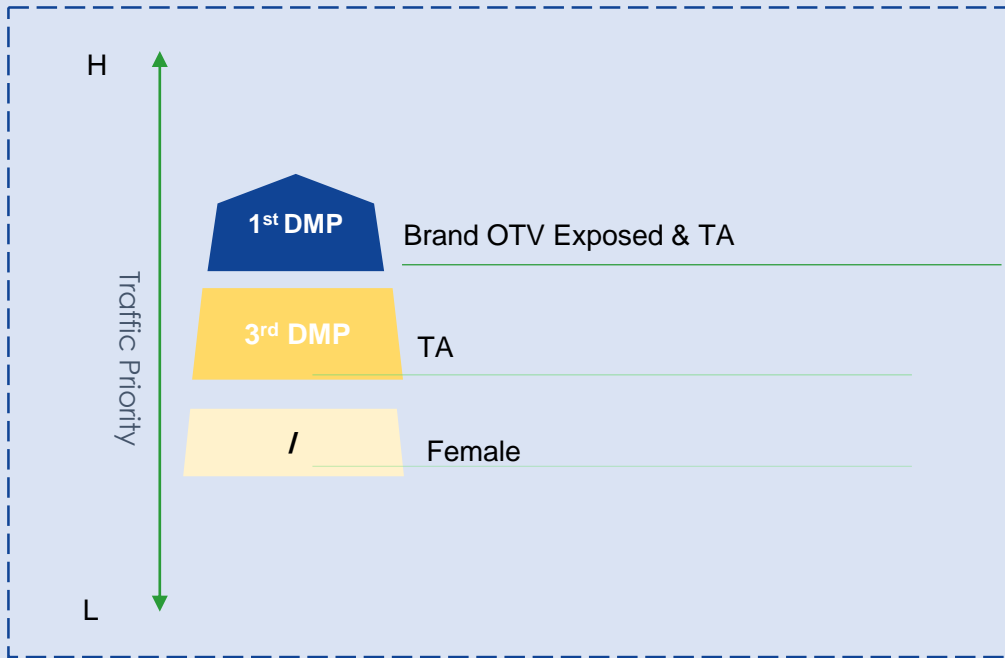
深演是我们紧密的合作伙伴，这次项目给我们的业务端节省了很大数据处理和分析的时间。



项目同事对需求响应速度很快，产品需求的完成度也很高，也非常有效率。跟我们的内部团队和广告代理的合作也非常愉快。

某知名国际奶粉品牌数据指导投放预估和优化

Case
案例



第一方数据管理



第三方DMP

在订单预警及智能排期调整

订单名称	投放周期	KPI预警	智能排期更新
2019.7_品牌A_PD6+PD+RTB	2019-07-15~2019-08-15	5个城市存在不达标风险 查看	2019-08-01 查看 取消
2019.7_品牌B_PD8+PD	2019-07-15~2019-08-15	---	设置

YTD TA: 3

推广名称: 2019.10_品牌A_PD6+PD+RTB

投放周期: 2019-10-15~2019-11-30

日期	1A-2+Reach Goal	YTD TA+Reach	剩余TA+Reach	预估投放时间
2019/10/11	26.00%	12.52%	14.00%	2019/11/10
2019/10/18	29.00%	19.44%	10.00%	-
2019/10/25	28.00%	12.00%	17.00%	2019/11/20
2019/11/02	31.24%	13.00%	17.94%	2019/11/12
2019/11/09	31.00%	11.00%	19.94%	-

AlphaDesk™ 动态预估媒介管理技术

- 投放中KPI预警，根据当前KPI反馈及未来流量的智能预估来提前预警
- 独家支持投放中动态排期的adserving，最大化Saving

Campaign Management 系统指导实时优化

OTV Campaign投放

最初排期

Market	3+Reach goal	TA%	Media	Plan.Imp
M1	25.00%	30.00%	爱奇艺	xxx
			优酷	xxx
			腾讯	xxx
			芒果	xxx
M2	25.00%	30.00%	爱奇艺	xxx
			优酷	xxx
			腾讯	xxx
			芒果	xxx
M3	25.00%	30.00%	爱奇艺	xxx
			优酷	xxx
			腾讯	xxx
			芒果	xxx
M4	25.00%	30.00%	爱奇艺	xxx
			优酷	xxx
			腾讯	xxx
			芒果	xxx

实时数据

✓ 分城市KPI进度实时监控

Market	3+Reach goal	Act.3+Reach	时间进度	KPI进度
M1	25.00%	17.00%	78.00%	68.00%
	25.00%	15.00%	78.00%	60.00%
	25.00%	20.00%	78.00%	80.00%
	25.00%	28.00%	78.00%	112.00%

✓ 实时调整媒体最优组合

Media	TA% Benchmark	Act.TA%
爱奇艺	30.00%	33.00%
优酷		26.00%
腾讯		31.00%
芒果		44.00%

✓ 实时观察频次, 调整采买方式组合

1次UV占比	2次UV占比	3次UV占比	4+UV占比
44.00%	35.00%	13.00%	8.00%
37.00%	15.00%	34.00%	14.00%
44.00%	13.00%	33.00%	10.00%
15.00%	35.00%	22.00%	28.00%

✓ 实时调整创意

Creative	Imp	Click	CTR
创意1	xx	xx	1.20%
创意2	xx	xx	1.80%

✓ 实时调整人群

TA Group	Imp	Click	CTR
人群1	xx	xx	1.30%
人群2	xx	xx	1.80%

调整决策

1. 某些城市3+Reach进度缓慢, 增加PD投放, 补充PDB频次
2. 已达标城市及时沟通媒体, 停止放量, 节省预算
3. 优酷TA%低于benchmark, 降低某些地区优酷的投放占比
4. 某城市频次主要集中在1~2次, 需要增加PD补充频次
5. 某些超频比例高, 沟通媒体减少放重复UV
6. 增加创意2的投放量, 减少创意1投放量

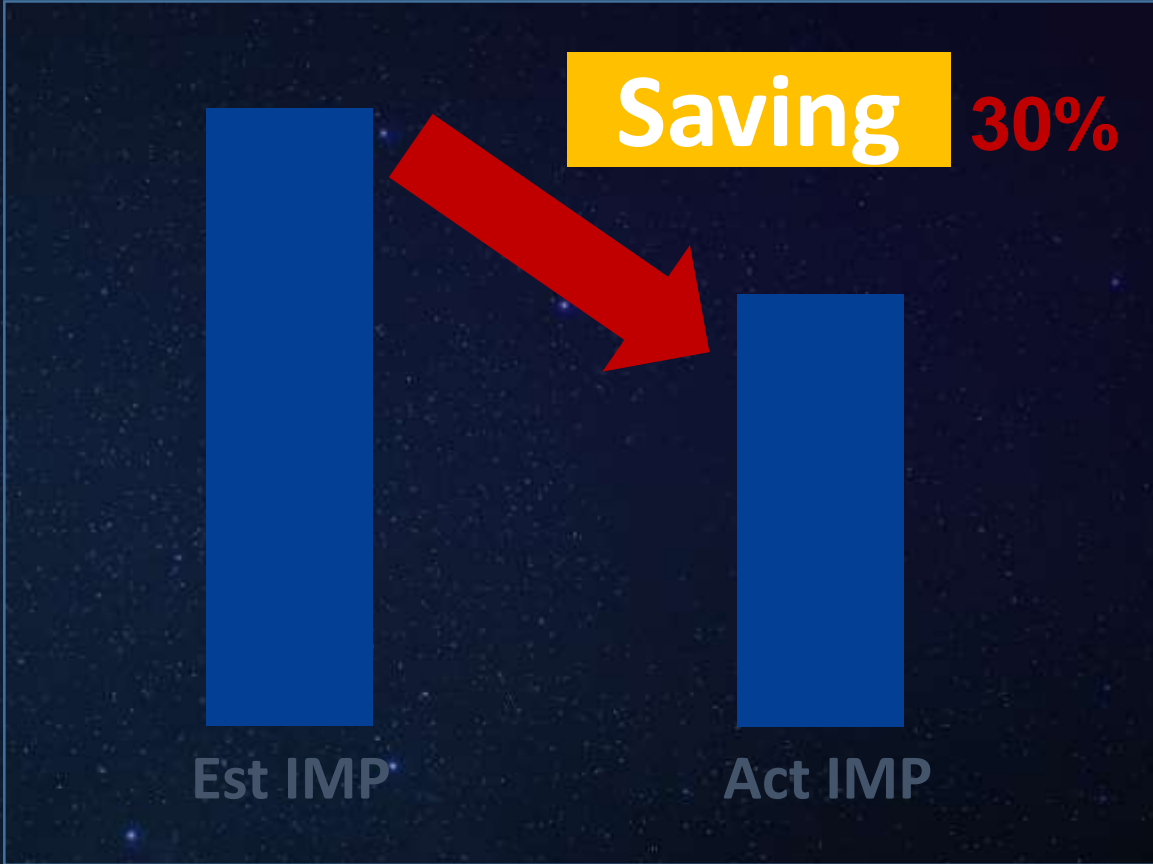
程序化投放优化效果

	City	3+ Reach
iPinyou	[Redacted]	
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		
iPinyou		

所有市场
Reach达标

3+ Reach ↗

TA% ↗



某国际奶粉品牌360度品牌消费者分析

Case
案例

性别属性



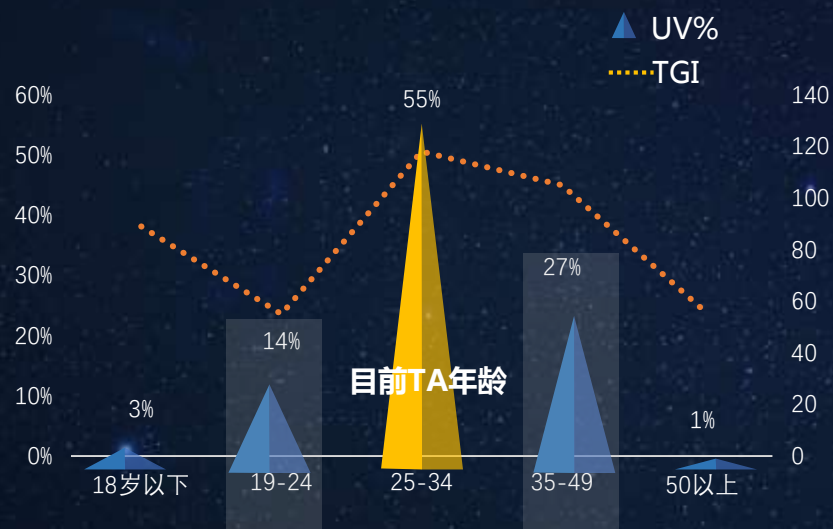
40.67%



59.33%

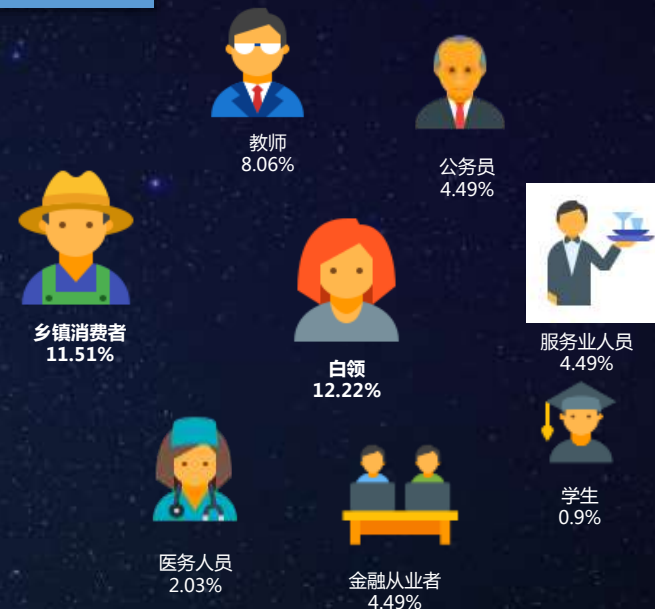
购买人群中40.67%为男性

年龄属性



目前定义的 TA 人群年龄正确占比超过50%。
同时35~49岁人群占比与TGI也很高。

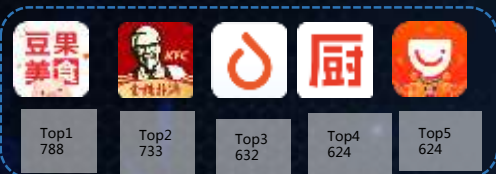
职业属性



在电商人群可识别出的职业中，白领为占比最高的职业，乡镇消费者仅次于白领，占比11.51%

除了母婴APP，其实她们还关注更多

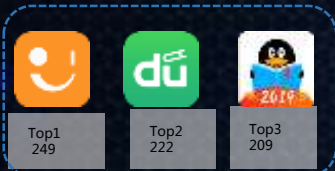
美食/外卖类 (TGI)



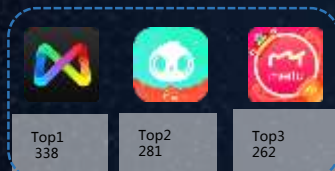
音乐类 (TGI)



阅读类 (TGI)



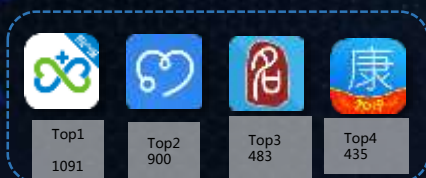
美拍类 (TGI)



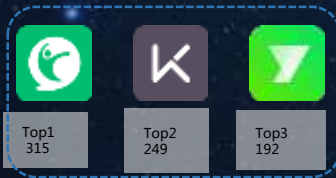
汽车类 (TGI)



健康养生类 (TGI)

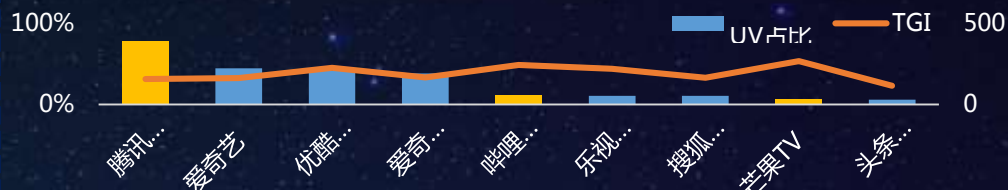


健身类 (TGI)



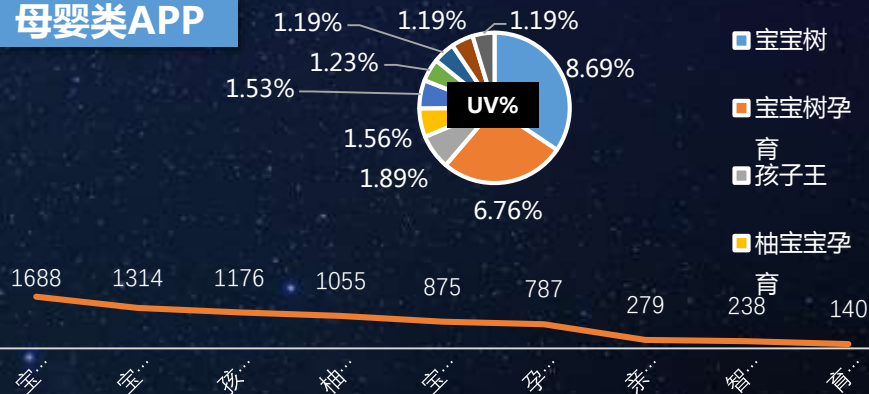
购买人群更喜欢使用健康养生、健身、音乐、阅读、汽车、美拍、美食外卖类APP

视频类APP



视频类APP中腾讯视频渗透率最高，依次为爱奇艺、优酷等；对bilibili和芒果TV偏好度较高

母婴类APP



母婴类APP中【宝宝树】和【宝宝树孕育】两个APP渗透率较高，占总体app15%左右

某空气净化器品牌通过画像做人群细分

Case
案例

城市雾霾严重 用户群



人口属性

地域：以华北地区为主，北京、河北、天津、山西
年龄：25~49岁的用户占比超过8成
月收入数据：一线城市一万五以上，二线城市8千以上，三线城市月收入2千以上。

个人兴趣

关注天气，喜好旅游户外运动等
关注3C家电产品和家居
喜欢娱乐，关注明星，爱好电视剧电影综艺等视频
喜欢休闲社交、新闻资讯等

购买倾向

3C产品 家电产品 XX品牌

新房装修 用户群



人口属性

地域：北京、上海、广州、深圳、杭州、一线及重点等城市。
年龄：25~34岁为主，占比超过五成。
人生阶段：适婚时期、孕产时期、育儿时期
月收入数据：一线城市一万五以上，二线三线城市8千以上

个人兴趣

关注3C家电产品和家居
关注备孕、育儿等
喜欢休闲及婚恋社交、新闻资讯等
喜欢娱乐，关注明星，爱好电视剧电影综艺等视频

购买倾向

房产：二手房、新房 家居产品
家电产品

家庭、孕妇 用户群



人口属性

地域：北京、上海、广州、深圳、杭州、一线及重点等城市。
年龄：25~34岁为主，占比超过五成。
人生阶段：适婚时期、孕产时期、育儿时期
月收入数据：一线城市一万五以上，二线三线城市8千以上

个人兴趣

关注3C家电产品和家居
关注备孕、育儿等
喜欢休闲及婚恋社交、新闻资讯等
喜欢娱乐，关注明星，爱好电视剧电影综艺等视频

购买倾向

房产：二手房、新房 家居产品
家电产品

亚健康、过敏体质 哮喘病人



人口属性

地域：北京、上海、广州、深圳、杭州、成都、南京、苏州、武汉、济南一线及重点等城市
年龄：19~49岁为主，范围较广

个人兴趣

关注健康及养生。
关注宠物、便民。
喜欢新闻资讯、影视娱乐、明星等。

购买倾向

3C产品 家电产品

追求高质量的生活 品质的年轻用户



人口属性

地域：北京、上海、广州、深圳、杭州、一线及重点等城市。
年龄：25~34岁为主，占比超过五成。
人生阶段：适婚时期、孕产时期、育儿时期
月收入数据：一线城市一万五以上，二线三线城市8千以上

个人兴趣

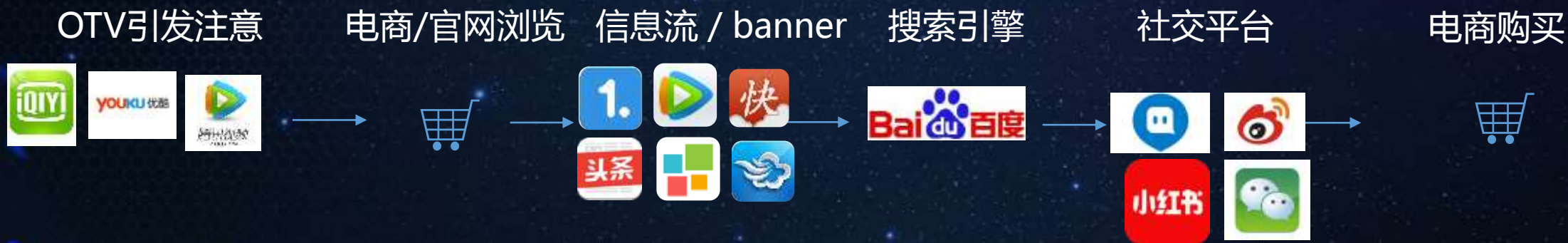
关注3C家电产品和家居
关注备孕、育儿等
喜欢休闲及婚恋社交、新闻资讯等
喜欢娱乐，关注明星，爱好电视剧电影综艺等视频

购买倾向

家电产品
美妆、服饰的购买意愿更强。

并还原消费者路径找到最佳媒介组合

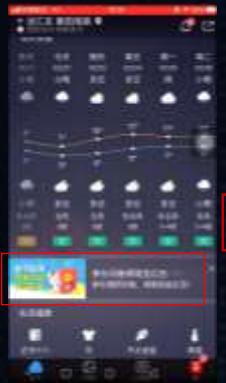
app=QQ浏览器-->app=MIUI音乐播放器-->app=小米应用商店-->site=msga.cupid.iqiyi.com-->app=苏宁微店-->app=新浪微博-->site=mi-idc.com-->site=me4399.com-->site=yixin.im-->site=tv.sohu.com-->site=12306.cn-->site=zhidao.baidu.com-->app=今日头条-->site=p2cdn.com-->site=mi-img.com-->site=philips.com.cn-->site=alipay.com-->site=analysys.cn-->site=qiyipic.com-->site=m.taobao.com-->site=autonavi.com-->site=t7z.cupid.iqiyi.com-->app=陌陌-->site=accuweather.com-->site=m.suning.com-->site=m.sohu.com-->site=aliyuncs.com-->site=cebbank.com-->site=funshion.com-->site=xiaomi.com-->site=guazi.com-->site=ygimg.cn-->site=shuzilm.cn-->app=中国电信掌上营业厅-->app=爱奇艺-->app=苏宁易购-->site=suning.com



国际快消巨头快速的线上调研支撑策略选择

Case
案例

用户参与流程



广告曝光并点击



用户回答问题
并提交问卷

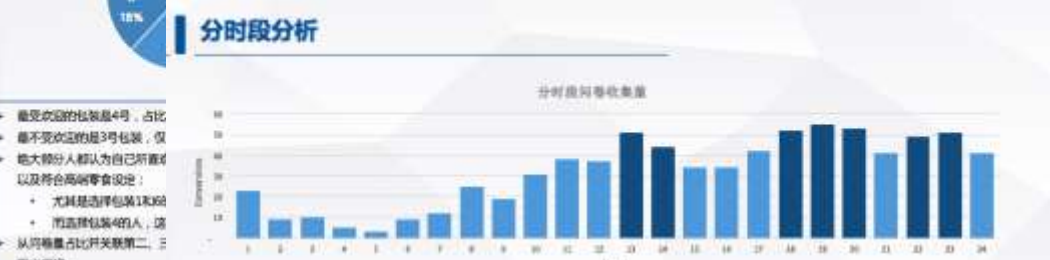


扫码领取红包



完成调研

问卷收集与结果分析：



得出结论

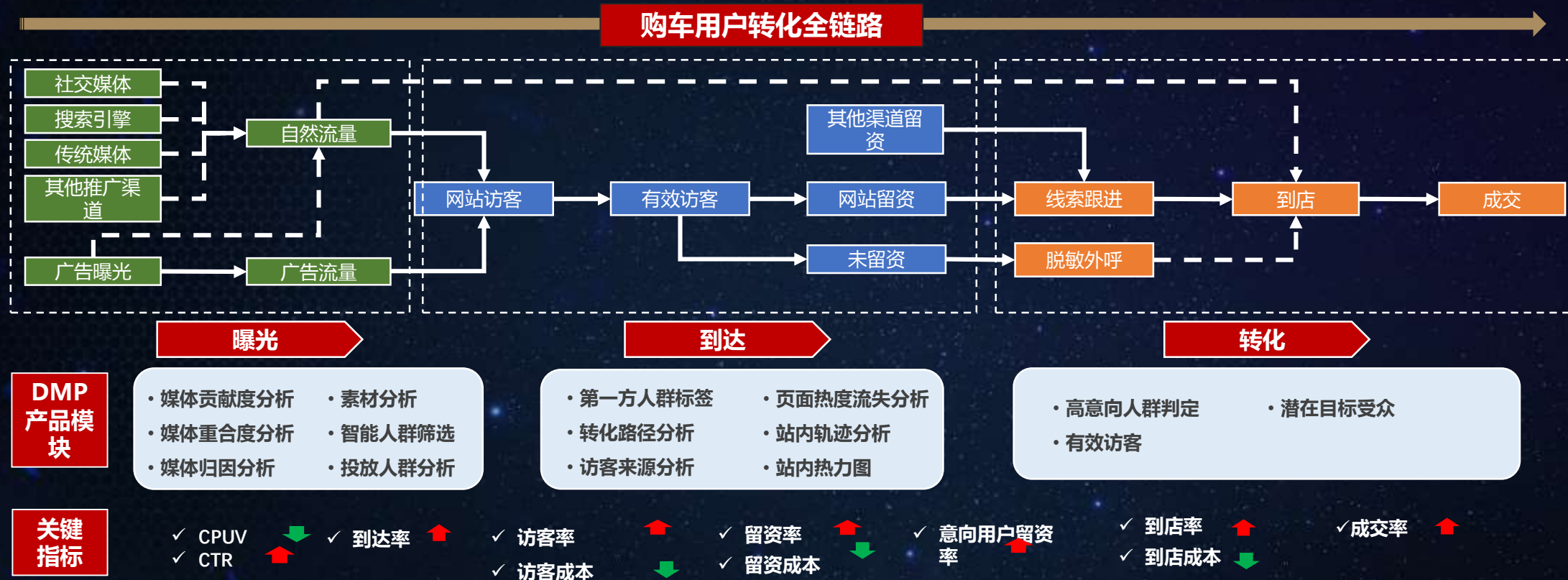


- 如果包装设计原则主要是关注品牌形象，满足高端产品的设定，6号是更好的选择;
- 如果包装设计的原则是满足大多数人的审美标准，那么4号是一个更好的选择。

用户生命周期管理

大数据赋能知名车企营销全链路，精细化运营管理

Case
案例



多数据源打通和激活应用

数据采集与打通

构建意向用户的营销大数据中心

官网数据采集

电商数据采集

APP数据采集

广告数据采集

网络行为数据采集

CRM数据打通

大数据识别与记录
每一个意向用户



数据激活与应用

打造新型的数字化营销方式

数字化人群洞察

人群研究

数字化媒介管理

媒体异常

点位评估

创新媒介应用

程序化投放

广宣物料
数字化管理

素材优化

官网优化

意向用户
数字化再营销

访客找回

保客营销

对不同生命周期的用户进行个性化沟通

激活应用1：意向客户数字化再营销

以前 缺乏持续沟通

现在

利用DMP进行持续的沟通，提升转化可能

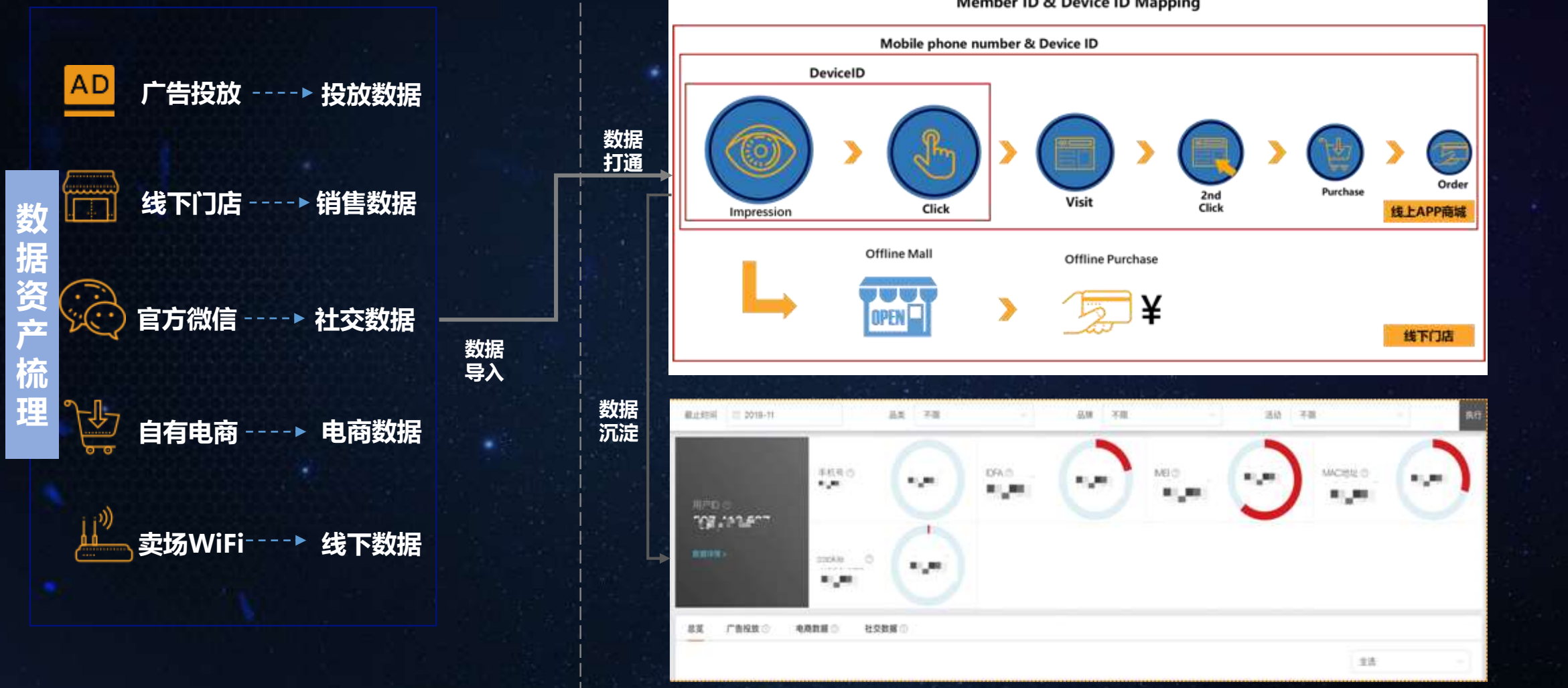


人群有效率提升 **2.3倍**

人群留资率提升 **5倍**

国际零售巨头打通各数据孤岛，激活会员数据

Case
案例



分析高价值用户人群特征，指导营销



潜客精准投放 (Precise targeting of potential customers)

精准触达获取新会员累计可观销售额



DMP人群会员人群持续消费金额



后链路闭环营销

某知名电商巨头全链路闭环访客精细化运营

Case
案例

1 动态创意 千人千面

2 点击率优化与预估模型，
深度挖掘各媒体与点位的点击率



产出最合适的内容

某知名电商巨头

匹配给最合适的人

挑选最有效的访客

做最合理的预算分配

选择最有效的媒体

5

4



3

根据访客历史行为偏好
预测价值并划分

预算消耗智能管理

提升调起率，
对不同点位、不同访客周期进行预估

全链路

闭环
优化

根据访客历史行为偏好，预测价值进行人群划分

STEP 1

多维度访客综合记录

访问

浏览

偏好

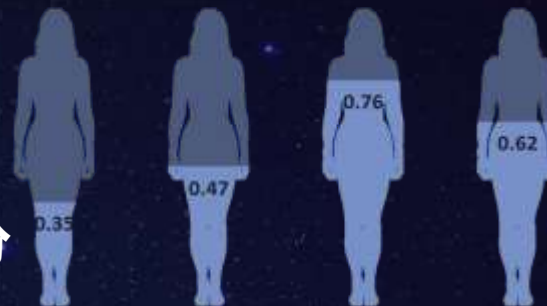
时间

+

深演
数据

STEP 2

进行权重综合打分



投放中根据访客转化概率进行找回，低于设定概率数值不投放

STEP 3

计算转化概率，进行访客找回



策略，算法，技术全方位支撑访客营销

技术赋能



调起率优化效果最大化
分析媒体点位+访客周期

技术赋能



为实现转化效果最大化
权重综合的科学打分体系

技术创新



技术新增
长短记忆模型

优化亮点



策略的全面性设定
一条链路形成营销闭环

访客找回效果同比持续显著提升

UV成本下降
(相比同期8.18)

51%



转化率提升
(相比同期8.18)

18%



到达率提升
(相比同期8.18)

123%



ROI提升
(相比同期8.18)

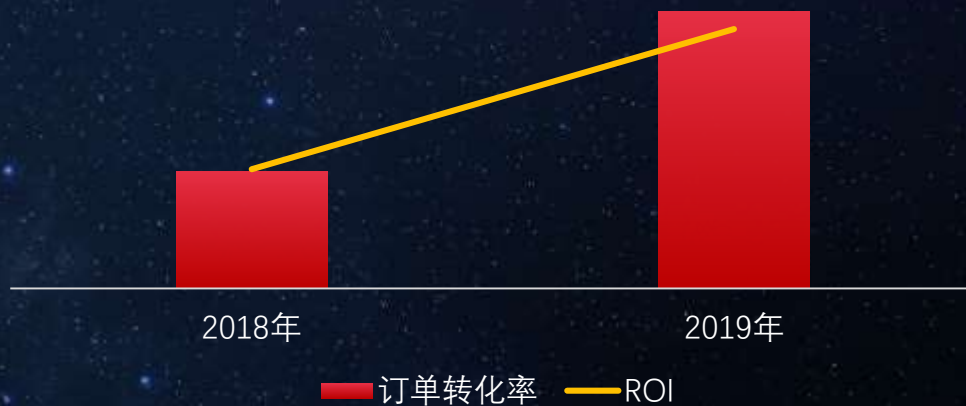
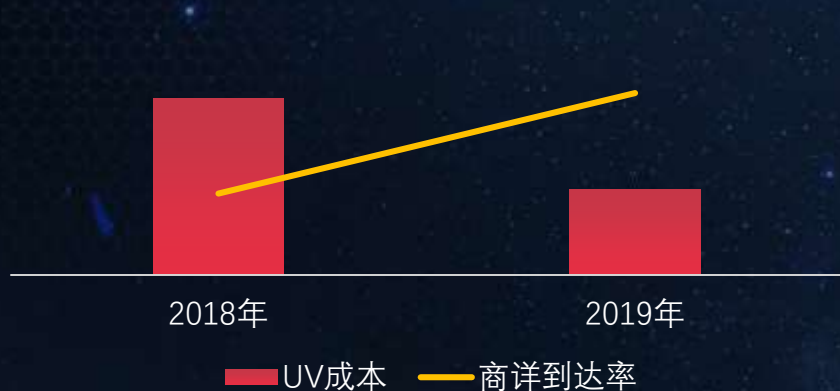
117%



项目效果梯度：

效果促进

用户转化



联合京东云打通电商后链路数据



借助京东后链路数据洞察，分析用户决策链路及媒体偏好

曝光

点击

浏览

收藏

加购

下单

- 根据电商站内互动结果、购买等行为，进行更科学的评估
- 进行精细化的多维度洞察，优化营销

• 广告曝光
• 广告点击
• 媒体类别
• 媒介形式
• 投放模式
•

品友打通京东云

• 浏览商品
• 消费金额
• 购买品类
• 购买频率
• 收藏
•

某家电巨头天猫京东双十一后链路优化实战

Case
案例

根据深演智能|品友大数据管理能力，多维度圈定品牌TA人群，在双十一期间集中精准触达

深演智能 | 品友
DEEP ZERO | IPINYOU

+

中国移动
China Mobile

China
unicom中国联通

中国电信
CHINA TELECOM

银联商务
China UMS

高德地图
amap.com

Baidu 百度

芝麻科技

京东云

TalkingData

.....



- ① 品友 DAAT人群标签
- ② 百度搜索数据
- ③ 三大运营商数据

核心人群：产品关注人群

核心人群：竞品产品关注人群

目标人群：各产品受众人群

潜在人群：潜在人群/高质量人群

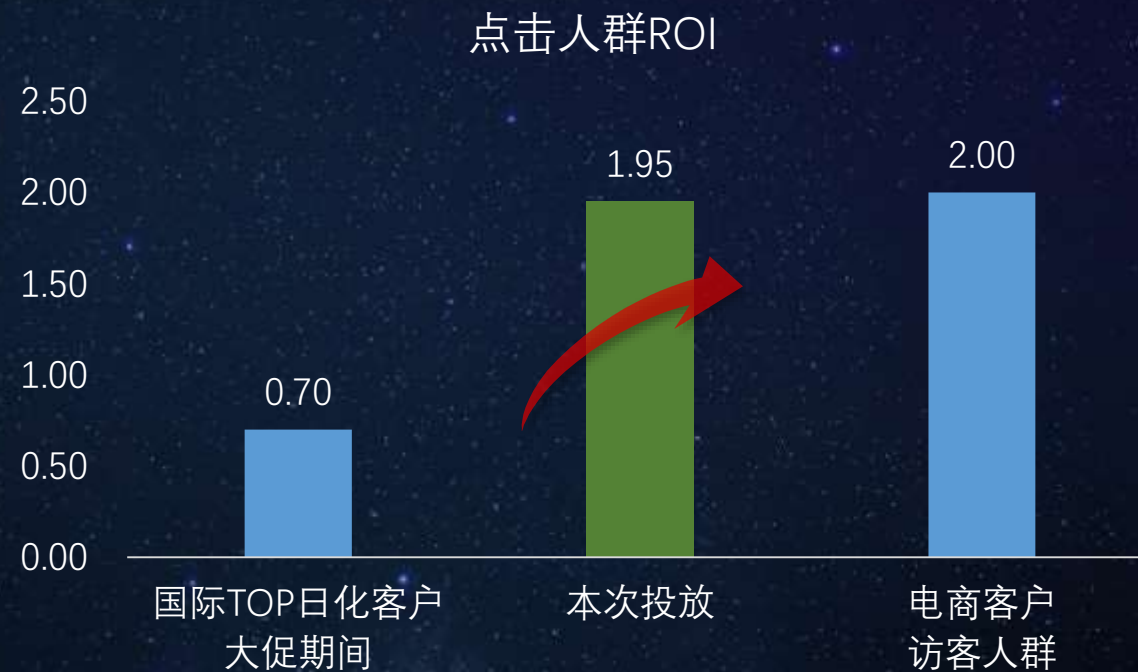
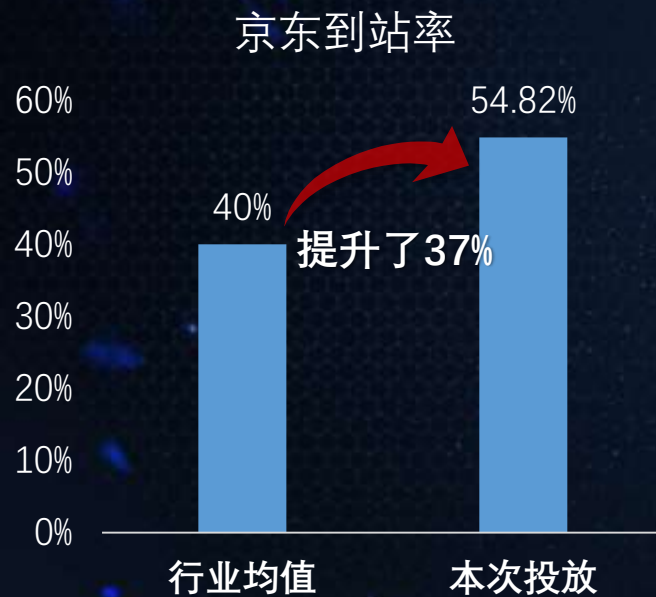
核心人群 覆盖人群

京东战果

双十一投放效果：



通过深演数据智能管理能力，京东到站率，点击人群ROI均远远高于行业均值



天猫战果

双十一投放效果：

天猫 Tmall.com

品类人群重叠率对比头条
提升了100%



跟头条BPG模式上传databank的数据量级相当，Databank AIPL反馈，叠加品友能力的人群重叠度是头条BPG模式的**2倍**

充分表明品类人群被更精准的覆盖

某食品快消巨头OTV投放与电商数据闭环联动

Case
案例



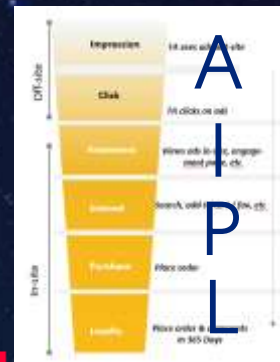
人群定向



媒介策略



PDB+PD+RTB



全链路闭环营销

调整投放策略

每周输出转化数据

天猫AIPL效果提升明显

A和I成本降低

	Impression(CPM)	Awareness	Interest	Improve
Week 1,2	11w+	7.5	20.8	
Week 3	5w+	4.2	11.4	
Week 4	6w+	1.3	1.4	

*contrast data= total impressions / per awareness(interest) UV

P和L效率提升

	Total audience In AIPL report	Purchase	Loyalty	Increase
	42w	4%	0.5%	
	13w	10%	1%	
	9w	15%	2%	

*contrast rate= Purchase (Loyalty) UV/ total audience in AIPL report

谢谢