

百度认证

# 2015年百度数字营销案例大赛

索引真实世界  
启迪智慧营销

百度KA渠道部、中国传媒大学MBA学院

2015年百度数字营销案例大赛

---

# 康如-白皮书的O2O计划

上海新网迈广告传媒有限公司

SPC团队

---

# 目录

## Contents

- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- 营销策略
- 项目执行
- 效果评估与营销价值
- 结束语

# 营销战略思考——背景

关于“头皮健康”的搜索词条高达**1亿条**

**85%**

的网民在百度上搜索**头皮健康**相关问题

异味

瘙痒

头屑

掉发



数据来源：百度流量魔方

2017/12/14

4/19



中医传媒大学MBA学院  
用管理理论成功 借传媒改变世界

# 营销战略思考——市场环境

洗发水成分成为关注焦点  
越来越多的消费者开始关注**无硅油洗发水**



数据来源：百度指数

2017/12/14

5/19



中南传媒大学MBA学院  
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CENTRAL SOUTH UNIVERSITY  
用管理论释成功 借传媒改变世界

# 营销战略思考——营销需求及目标



2017/12/14

6/19

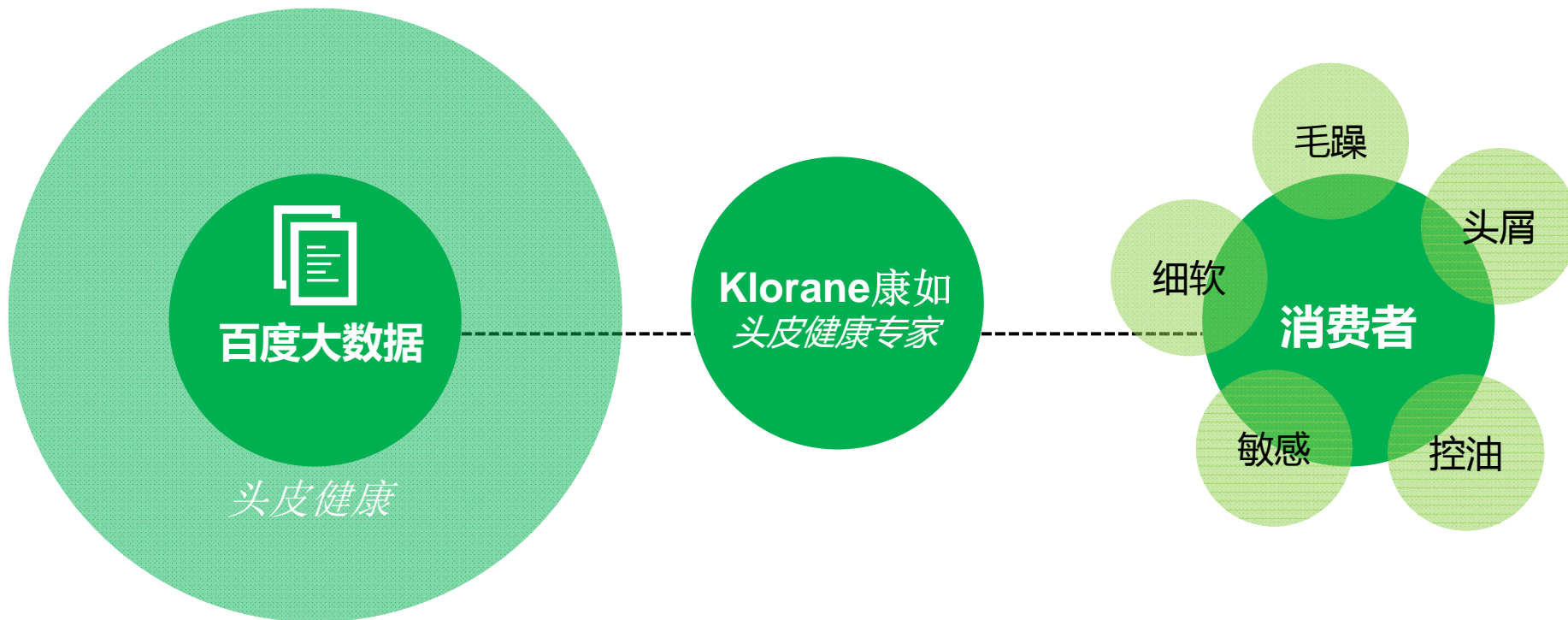
- 树立法国洗护品牌-康如头皮健康专家形象
- 同时提高品牌在线下屈臣氏门店的销量



中医传媒大学MBA学院  
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, TSINGHUA UNIVERSITY  
用管理论释成功 借传媒改变世界

# 项目创意洞察

结合百度大数据，根据不同消费者头皮问题，“因地制宜”传递头皮健康理念



# 营销策略

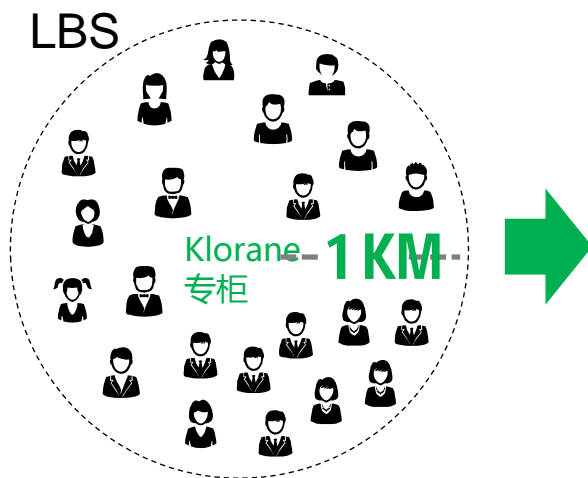
线上借助百度大数据，推出《安全洗护白皮书》，提出硅油的危害及健康洗护的标准





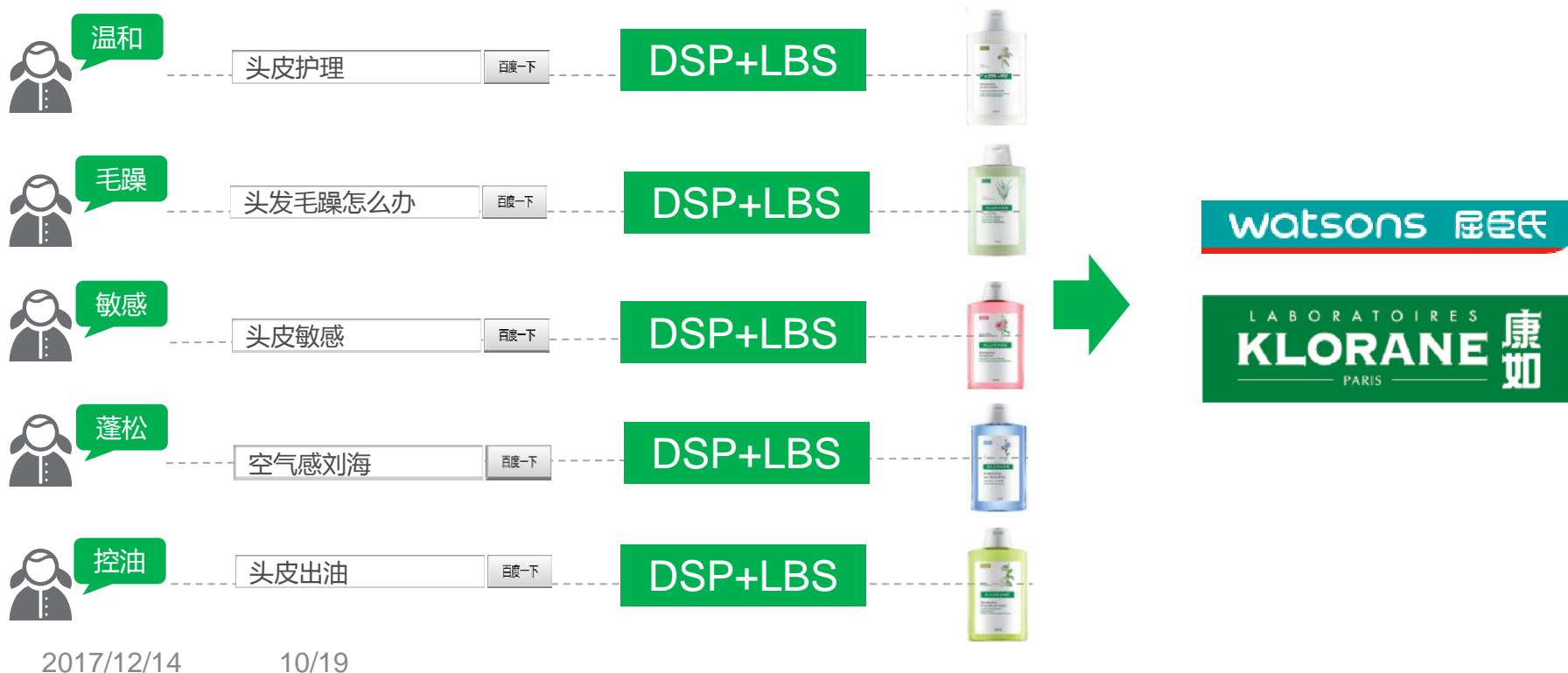
# 营销策略

线下，利用百度DSP专有的LBS定向技术，向屈臣氏门店附近1km的人群推送白皮书，把人群引到屈臣氏康如专柜



# 营销策略

同时，那些搜索过“头皮健康”相关的人群也会看到康如的白皮书，从而转往线下屈臣氏门店进行购买



# 营销策略

白皮书+DSP，传播头皮健康理念，引导线下销售，实现O2O联动



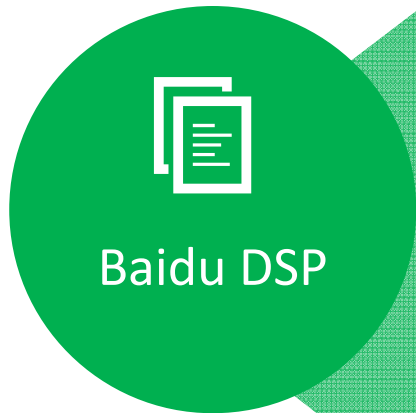
# 项目执行

针对白皮书，制定适合其推广的故事大纲：

- ❑ 关注护肤品安全问题
- ❑ 关注洗发水安全问题（含硅油、植物系OR化学系、原产地）
  - > 百度大数据，详细展开“硅油”和“植物护发”相关搜索数据
- ❑ 如何鉴别洗发水的安全（读懂成分表、生产地）
  - > 百度百科 & 品牌专业知识补充
- ❑ 引出安全护发新品牌：康如Klorane（纯植物、无硅油、法国原装进口）
  - > 品牌communication + Watsons / E-shop销售渠道

# 项目执行

针对DSP，选出合适的APP盟



Category	media example	Imp%
PC-website	Beauty & Cosmetic PCLADY 太平洋时尚网, Only lady, 闺蜜网 www.kimiss.com	20%
	Online Video IQIY 爱奇艺, 酷6 Ku6.com, PPS	10%
	Shopping 蘑菇街 mogujie.com, 美丽说 melishuo.com, 去哪儿?	10%
Mobile-APP	Photo & Video 秀, 搜狐视频, 优酷	10%
	Lifestyle 糯米 nuomi.com, 头条	10%
	Health & Fitness 妆, 美颜相机, 美颜相机, 美颜相机	20%
LBS	LBS: < 1km counter	20%

\*The above data is only for reference and it is adjuste by actual execution

# 效果评估

白皮书的传播量达：**355** 万次

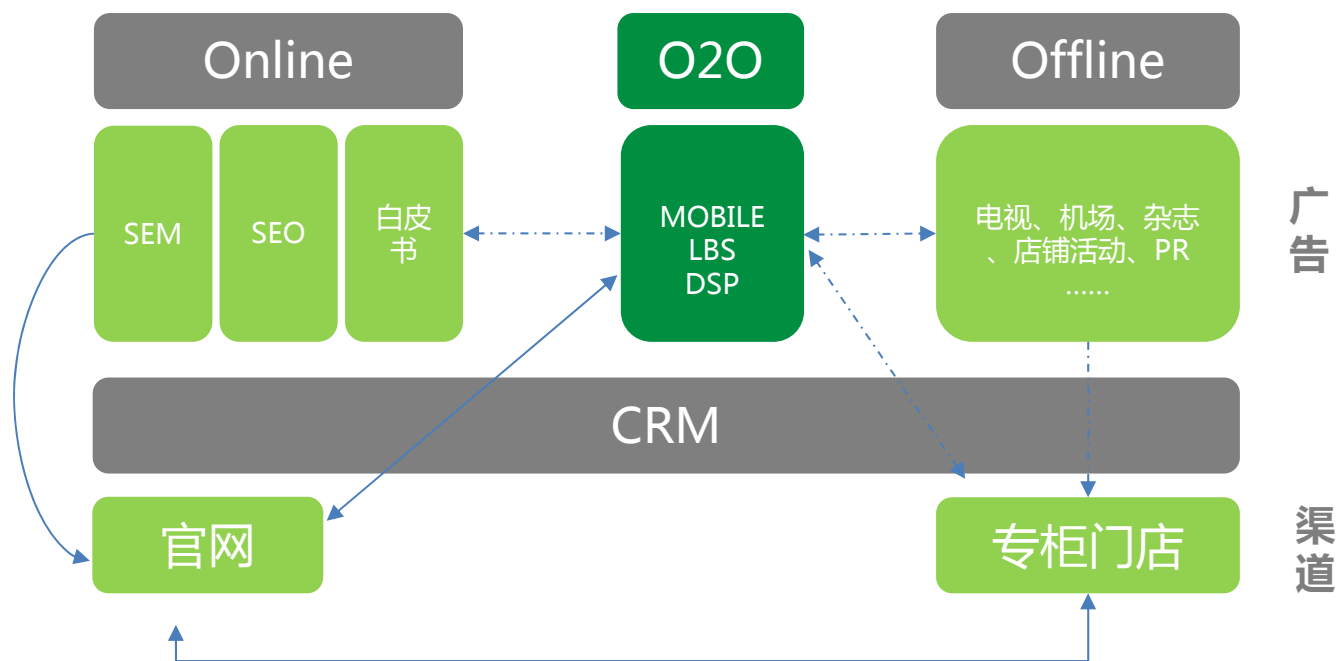
活动覆盖人数：**180** 万人

品牌检索量提升：**305** %

产品销量增长：**152** %

# 营销价值

优质品牌内容结合DSP定向投放，  
让DSP O2O化成为可能，缩短了营销到销售的路径



## 结束语

**白皮书不仅是传播品牌理念的工具，也可以是实现销售转化的落地工具。  
相信不久的将来，更多广告主会尝试利用搜索平台进行O2O营销尝试。**







---

谢谢观看

---