

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

2017/12/14

百度KA渠道部、中国传媒大学MBA学院

1

2015年百度数字营销案例大赛

# 最具温情的贷款广告\_渣打银行

华扬联众上海分公司

2017/12/14

2

# 目录

## Contents

- 营销战略思考
- 项目市场挑战
- 原创4R营销策略
- 项目执行
- 效果评估与客户评语
- 结束语

# 营销战略思考

## ➤ 案例产生的背景:

2015年渣打银行希望通过搜索引擎渠道，为更多具有中级规模现金需求的客户提供解决方案，同时更深一步满足客户的情感需求。

## ➤ 产品市场定位：

渣打银行无抵押个人贷款产品细则：

中国10个城市、年龄22-60，月收入达到5000元、贷款用途包含个人消费，汽车，家居装修，教育，婚庆，家电，旅游等、贷款额度人民币8,000-500,000元、还款时间最长高达5年。

为具有中级规模现金需求的客户提供最佳解决方案，同时解决金融机构提供大型高价值的贷款服务与小规模信贷产品之间的空缺。

## ➤ 广告主诉求及营销目标

- 1、提升用户对渣打银行品牌的好感度，扩大市场影响力。
- 2、让更多的用户在实现梦想的旅途中有更好的选择，实现更有品质的生活。
- 3、提高品牌与用户的情感连接，促进最终贷款意向名单的收集。
- 4、提升业务贡献。

# 项目市场挑战

## ➤ 策略产生的背景：

具有中级规模现金需求客户的情感需求挖掘：

他们有着积极和自信的人生态度，获得个人贷款去实现他们的梦想正是他们以自己的方式控制生活的表现。

渣打无担保个人贷款需要帮助他们实现的不仅是物质生活改善，更是精神生活的升华。

## ➤ 市场挑战：

1、如何在搜索引擎平台内，同时完成对品牌知名度、消费者好感度、产品诉求与消费者情感共鸣结合度、以及最终贷款意向名单收集的大幅提升？

2、如何找到一个高收益的媒体组合，并制定一个针对高质量媒体的精准策略，来提高同时实现以上所有目标的可能性？

3、找到最适合的媒体平台后，如何在竞争最激烈的一线城市提升成本效益，并取得三赢局面(品牌/用户/媒体)？

4、执行过程中，在已确定的媒体组合之外，如何开拓高性价比的其他媒体领域，以扩充覆盖面收集更多贷款意向名单？

## 原创4R营销策略

**Respect People 以人为本**：我们不打扰你，我们尊重你。我们认为不管是哪一种形式的广告，都应该以尊重用户为一切之先。

**Realize Existing Needs 实现主动需求**：对已经有贷款需求的人群，让你在寻找帮助的时候很快找到我们。

**Relate Potential Needs 关联潜在需求**：对潜在人群，我们把你的消费需求和我们的贷款服务联系起来，帮助你实现愿望。

**Real Query 真实请求**：所有挖掘出这些需求的方法及选词均来自于网民真实搜索请求，绝不利用词根进行简单的排列组合。



2017/12/14



Baidu 认证  
成就互联网营销英才



中南财经政法大学MBA学院  
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CENTRAL SOUTH UNIVERSITY  
用管理理论成功 借传媒改变世界

6

# 原创4R营销策略——创新性解读

## Realize

### 从传统搜索产品导向转为真正的受众导向

- 业内领先搜索广告投放方法，**破解渠道边际效应**，突破传统从大到小的搜索渠道采购方式，优先保证核心流量覆盖，而非先将现有预算全部投入市场份额最大的搜索引擎。

### 采用等待用户及主动找回相结合的机制

- 主流搜索引擎百度、360、搜狗、神马传统关键词、知心广告之外有技巧得引入百度网盟展示类广告，谷歌Admob及腾讯广点通，将4R策略有效落地。

### 行业内首批尝试“帮帮贷”及“寻客”产品

- 率先投放百度贷款类创新产品“帮帮贷”及关键词层面线索收集新样式“寻客”，大幅提升贷款意向名单量。

## Relate

### 创新引入多个垂直媒体领域、微信公众号辅助搜索引擎曝光

- 在多个垂直媒体领域进行全方位曝光，为搜索引擎及官网有效导流。**易车**覆盖车贷需求用户、**租霸**微信公众号覆盖一线城市房租需求用户、**Travelzoo**覆盖旅游资金需求用户，多层次带动有效贷款意向名单的飙升。

2017/12/14



中医传媒大学MBA学院  
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINESE TRADITIONAL UNIVERSITY OF MEDICINE  
用管理理论成功 借传媒改变世界

7

# 原创4R营销策略——媒介战术运用

## (第二象限)

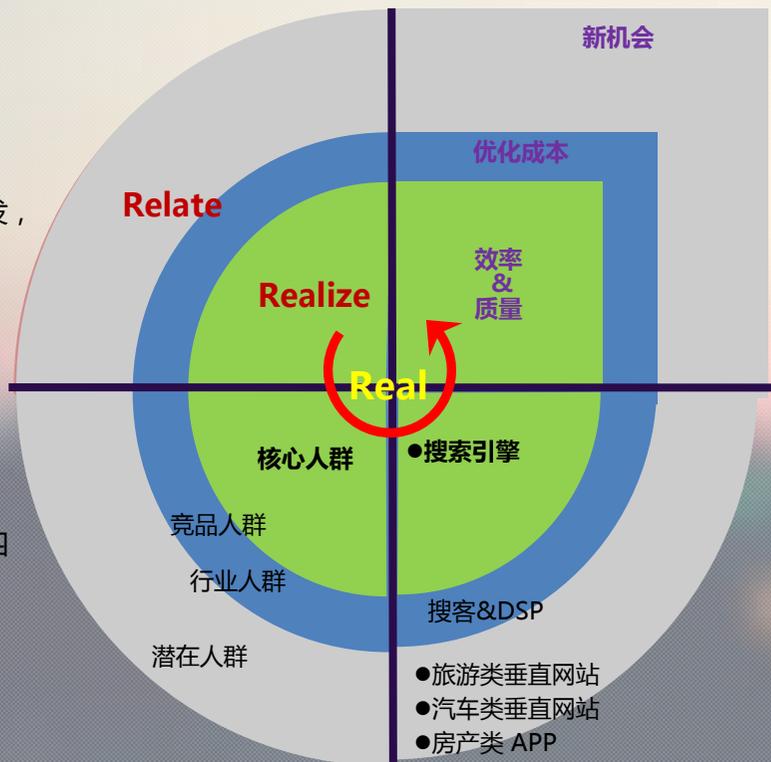
### 策略出发点

- 从“以人为本”大策略出发，划分两大人群定向方法。

## (第三象限)

### 人群细分

- 遵循人群定向方法，细分四类需求人群。



## (第一象限)

### 效果管理机制

- 不同媒体采用不同管理标准，多个维度衡量广告效果。搜索引擎注重人群质量，其他媒体注重新机会挖掘，相辅相成，相互促进。

## (第四象限)

### 媒体组合

- 为四类需求人群量身定制媒体组合。搜索引擎承接核心需求流量，让他们最快找到我们。其他媒体领域定向需求人群进行针对性曝光，为他们实现梦想提供捷径。

2017/12/14



Baidu 认证  
成就互联网营销英才



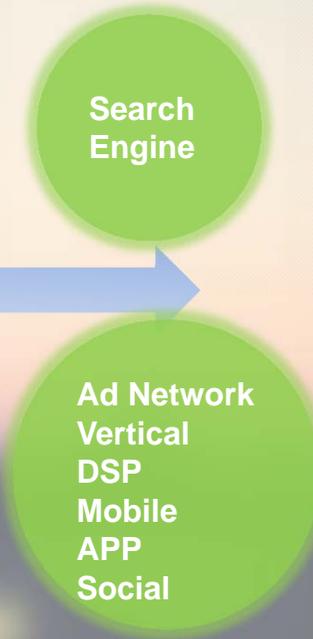
中国传媒大学MBA学院  
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINESE UNIVERSITY OF MEDIA & COMMUNICATIONS  
用管理论释成功 借传媒改变世界

# 项目执行-投放时间及产品配合图

## Realize



## Relate



2017/12/14



中医传媒大学MBA学院  
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINA UNIVERSITY OF TRADITIONAL CHINESE MEDICINE  
用管理论释成功 借传媒改变世界

# 项目执行-等待用户与主动找回结合机制



2017/12/14



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

# 项目执行-预算使用技巧

## Respect策略与实际执行体现：

Real：所有的关键词选词均来自于网民真实搜索需求，而不是利用词根进行简单的排列组合。

Realize：当用户有明确的贷款需求时，他们可以在各搜索引擎上很快得找到我们的广告。

Relate：当用户有消费的潜在需求时，他们可以在浏览相关网站时看到我们的广告静静的在一边。

Non：当用户与渣打贷款业务完全不相关时，不管他们是否在浏览相关网站，均不会看到渣打的广告。

Respect				预算比重
Real 关键词类	Realize	Relate		
核心人群	品牌&产品	关键词&品牌专区	搜客/Admob/广点通/Feeds	
行业人群	通用	关键词&知心&帮帮贷	搜客/Admob/广点通/Feeds	
拦截竞品人群	竞品	关键词	搜客/Admob/广点通/Feeds	
潜在 消费需求人群	兴趣/人群	X	搜客/Admob/广点通/Feeds+ Travelzoo/租霸/易车/腾讯新闻APP	
无关人群		X	X	

2017/12/14



中央财经大学MBA学院  
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CENTRAL UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS  
用管理理论成功 借传媒改变世界

# 效果评估

## 销量贡献Sales :

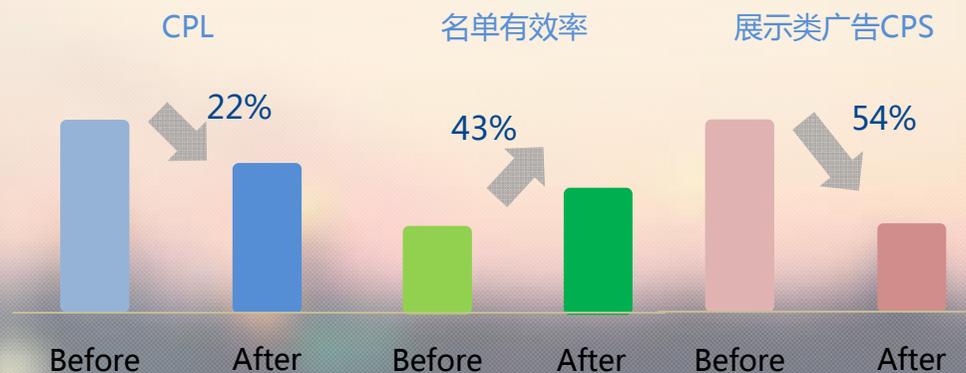
贷款意向名单有效率同比提升**43%**

共获得**2亿**销售额

## 成本效益 Cost-Efficiency :

CPL同比下降**22%**

展示类广告CPS同比下降**54%**



2017/12/14



中医传媒大学MBA学院  
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CENTRAL UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS  
用管理理论成功 借传媒改变世界

## 客户评语

渣打银行无担保个人贷款，在激烈的市场竞争及日益创新的互联网金融冲击下，希望通过整合的品牌营销，成为消费者在此领域的首选品牌，稳固在重点市场的市场份额。

通过2015年营销策略的重整，有效完成了与其他竞争产品的**品牌差异化**，建立起**品牌与消费者的情感共鸣**。同时优质客户的**网络注册数量持续增加**，**贷款转化率显著提升**，实现了**品牌与业务的双增长**。

## 结束语

**R4策略**不仅是指导我们进行媒介策划的**方法论**  
更是指引我们的**价值观**

我们用求实的宗旨  
从尊重消费者出发  
收获来自**消费者和客户共同的尊重**

2017/12/14



Baidu 认证  
成就互联网营销英才



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

4



谢谢观看

2017/12/14

15