

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

国美真战双11 双线并行机惠双赢

北京迅联时代广告有限公司
市场部

目录

Contents

- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- 营销策略和项目执行
- 效果评估与社会价值
- 结束语

营销战略思考

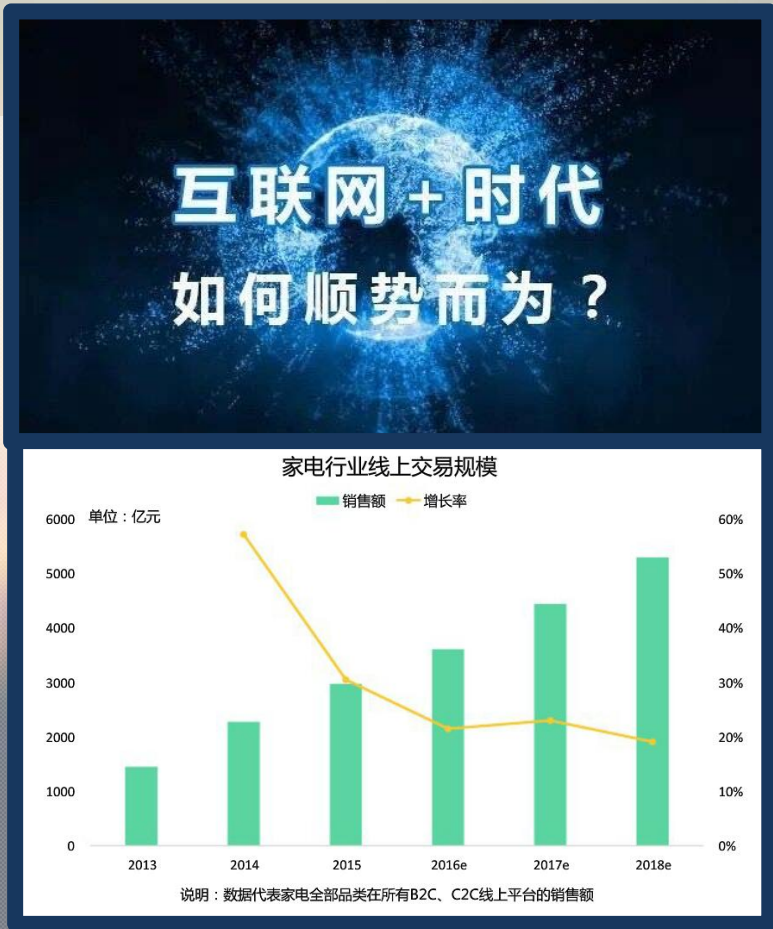
市场环境

传统企业经营模式的转变

随着互联网时代的到来，传统企业开始将业务拓展至线上，大力发展电子商务，拥抱互联网的趋势愈发明显。

家电电商行业快速发展

近几年来，家电电商行业快速发展。国美作为一家有实体店的电商，凭借多年老字号品牌影响力、强大的信息储备和物流体系，以及“国美在线”网站的优势，使其在家电电商行业始终名列前茅。



数据来源：星图数据



广告主诉求

提高
销售
转化

通过百度线上推广，增加实体店和国美在线“双11活动”的曝光度，提高销售转化量，抢占家电电商行业市场份额。

传递
品牌
定位

通过百度线上推广，向消费者传递国美“一家有实体店的电商”的定位，加深消费者对品牌的印象，提高用户忠诚度。

项目创意洞察

国美消费者洞察



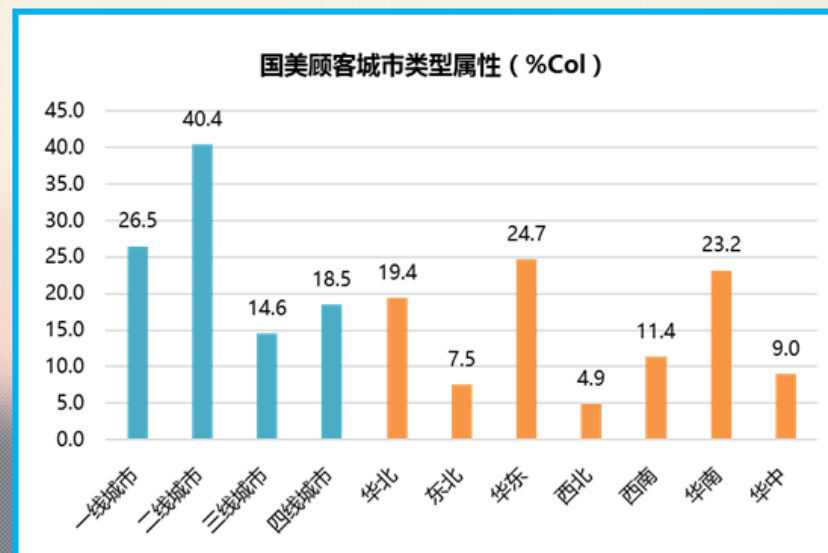
年龄跨度大

- ✓ 消费群体年龄跨度大，集中在**20岁-50岁**。
- ✓ 消费群体触媒习惯差异化明显；
- ✓ 年轻消费群体，更倾向于网购；
- ✓ 年龄稍长的消费群体，更倾向于实体店体验、试用及购买产品。



地域分布广

国美的客户来源地域较广泛，一、二线大城市、三四线城市都有所囊括。



项目创意洞察

01

搜索引擎

在互联网平台，搜索营销的市场份额居全网络媒体形式之首。

02

百度

百度作为最大流量入口平台在搜索引擎领域常年稳居第一，能够最大程度的增加品牌曝光量。

媒介洞察

03

实体店

即买即受物流安全的以及人工服务和实体店等优点等忽视。

2015年中国搜索引擎运营商市场收入份额



谷歌中国



数据来源：易观智库，统计时间为2015年第2季度



项目创意洞察

国美市场机遇

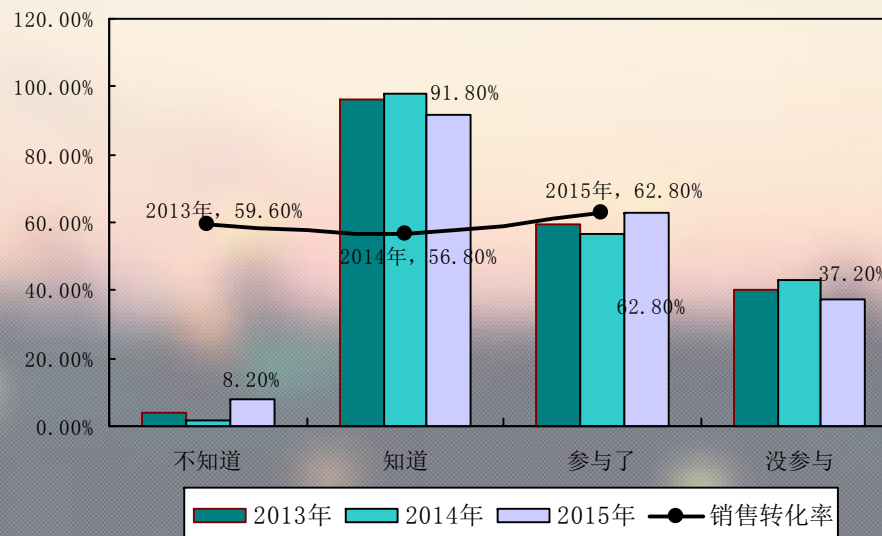


双11网购的趋势越发明显，**网民参与度和促销转化率也在逐年增长**，为企业带来了很好的销售机遇。



国美作为一家有实体店的电商，为消费者的购物提供**售前体验**的同时，基于其**门店数量多、分布广、库存量大**，也为销售转化提供了优势。

2013-2015年“双十一”促销活动的传播度与参与度



数据来源：中国互联网络信息中心(CNNIC)

营销策略和项目执行

基于国美已有线下实体店的优势，经过综合分析，我们提出以**并行性**、**阶段性**、**重点性**为基准的百度推广方案。

并行性

线上，利用百度最大流量入口的优势，进行一系列推广，全方位覆盖消费者所触及的频道；

线下体验
线上购买
双线并行
互为引流
最终完成销售
转化双赢

线下，提出“夺冠·双11”概念，实行低价风暴，为线上造势，让利实体店购买的消费者，提供最完善的体验服务。

营销策略和项目执行

阶段性



2017/12/14



Baidu 认证
成就互联网营销英才



中医传媒大学MBA学院
用管理理论成功 借传媒改变世界

营销策略和项目执行

针对此次双十一，有所侧重的组合百度产品，进行全覆盖推广。



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, CHINA UNIVERSITY OF TRADITIONAL CHINESE MEDICINE
用管理理论成功 借传媒改变世界

营销策略和项目执行

预热期

2015.10.28-至今

2015.11.01-11.12

百度竞价
精准到达



沟通平台

百度贴吧



2017/12/14



上海师范大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF SHANGHAI NORMAL UNIVERSITY 4W 1515VA
用管理论释成功 借传媒改变世界

营销策略和项目执行

预热期

密集推广期

2015.11.03-11.10

引爆期

二次传播



品牌形象塑造

动态展示

炫动品专

2015.11.10-11.11



吸引视线

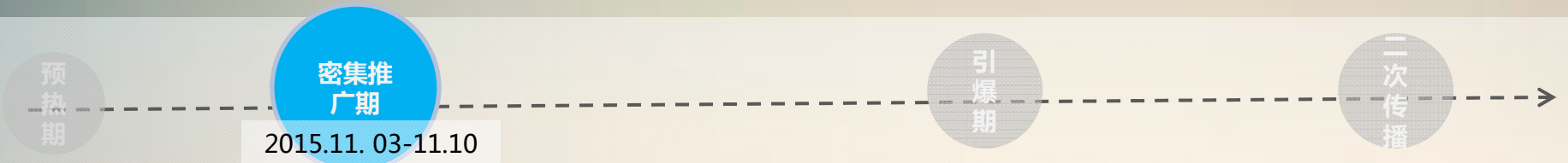
品牌沟通渠道

2017/12/14



中南大学商学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CENTRAL SOUTH UNIVERSITY
用管理理论成功 借传媒改变世界

营销策略和项目执行



2017/12/14

营销策略和项目执行



引爆期
2015-11-11

一次传播



2017/12/14



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

营销策略和项目执行

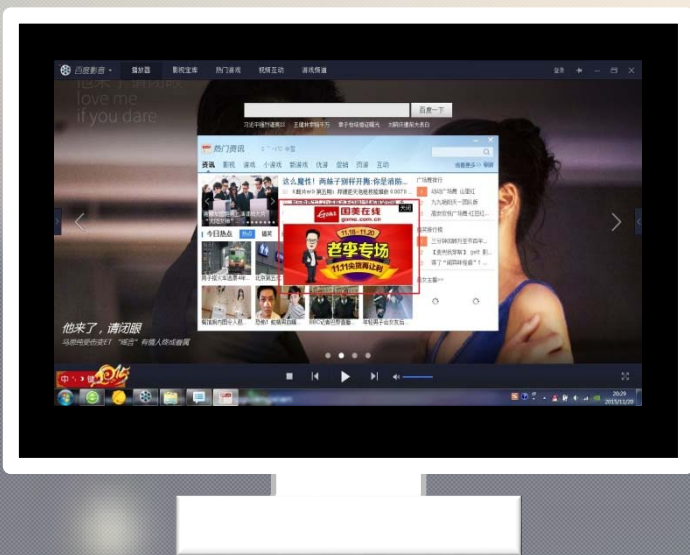
预热期

密集推广期

引爆期

二次传播

2015.11.12-11.25



预热双十二

温和型渗透

百度
影音

2015.11.16-至今

百度
DSP

促成销售转化

挖掘真实需求

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

效果评估与社会价值

效果评估



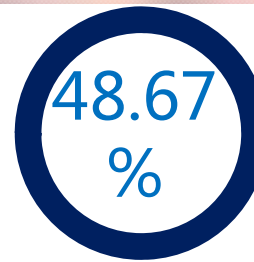
在此次推广中，综合曝光量为71.60亿次



平均CPM为6.68元



平均CPC为4.735元



曝光量比国美的广告诉求高出48.67%

效果评估与社会价值

- 全天“国美在线”全站交易额同比增长**406%**，移动端订单量占比高达**70%**；
- 当天，“国美在线”全站取得“交易额增速第一，移动端客单价第一，高端智能家电占比第一”三项行业纪录；
- 到11月11日0点10分为止，国美在线全站流量增**3倍**，当天全站流量增加**4.2倍**；
- 国美双11当天总交易额（GMV）**30秒**即破亿；
- 同去年双11相比，国美线下门店各类大家电销售额增长百分比均突破**1200%**。



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 COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF CHINA
用管理理论成功 借传媒改变世界

效果评估与社会价值

社会价值



消费者

提供了一种体验型营销活动；
展示了“如何为消费者提供一个完整的购物体验”。



行业

国美作为一家有实体店的电商，为传统企业利用互联网，拓展电子商务领域提供了借鉴价值。



社会

“薄利多销，服务当先”的经营理念惠国惠民；
在销售额上为品牌自身创造价值的同时，增加了国家GDP。

结束语

针对于此次案例，我们可看到国美此次的推广：

- 利用线上、线下互为引流。利用线上的广传播优势，进行曝光；利用线下的服务体验，提升消费者购买欲望。
- 利用线上的优惠政策，把线下的用户满意度引导到线上，让人们在网络上进行口碑传播，达到消费闭环的良性循环和品牌价值的最大化。
- 一个企业的成功应该是线下线上的双赢互动，而不是线上取代线下。

2017/12/14



Baidu 认证
成就互联网营销英才



中医传媒大学MBA学院
20
用管理论释成功 借传媒改变世界



谢谢观看