

苏宁&手机百度 奥运呐喊，为中国队加油！

2016





活动背景

01



活动策划

02



活动执行

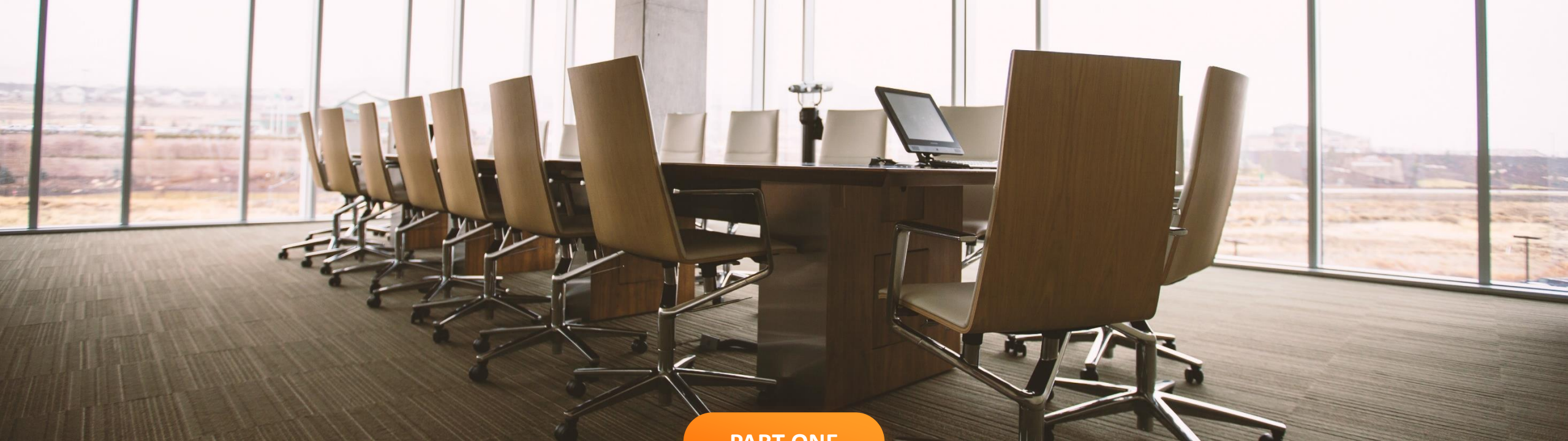
03



活动评估

04





PART ONE

活动背景

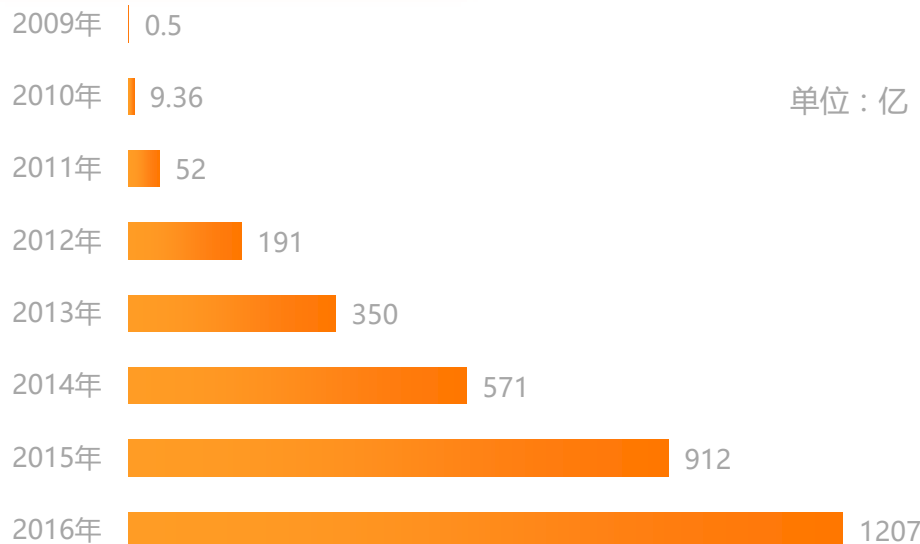
每年8月是电商苏宁易购的店庆月，其中8月18日是苏宁易购店庆日。每年店庆月，苏宁都会推出一系列的大型促销活动。作为电商三大购物节之一，苏宁易购将818发烧节作为一年中的一个最重要的促销节点。



用管理诠释成功 借传媒改变世界

电商营销之争愈演愈烈，流量成为争夺的焦点

历年双十一销售数据



对于大部分广告主而言，近几年的销售量**20%-30%**都依赖于购物狂欢节，所以使得包括苏宁在内的所有电商营销平台广告主一拥而上，电商营销之争愈演愈烈。

2015年8月18日当天，苏宁易购整站销售同比增长**427%**，其中移动端占比突破**65%**。除了传统3C、家电旺销之外，苏宁易购主打的超市、母婴、服装百货品类增长明显。

6.18

京东店庆

每年6月是京东的店庆月，自2010年至今已持续7年。



8.18

818发烧节

818原为苏宁店庆日，14年开始正式推出发烧节。



11.11

双十一购物节

从2009年双十一购物节开始，到今年已经进入了第8年。



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

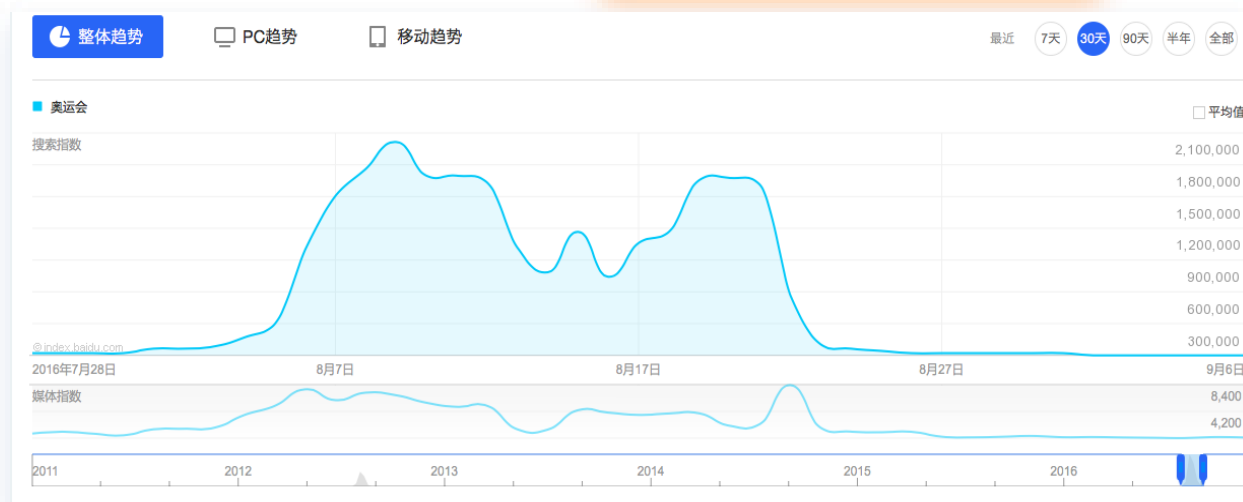
奥运期间网民关注量激增，恰逢818发烧节



奥运

不仅仅是一场视觉盛宴

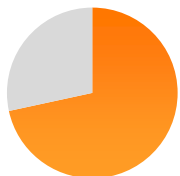
奥运营销的常规模式多为冠名或运动员代言，在整体人群覆盖上并不能做更细致的区分及定位，与消费者也没有互动性。为了加深消费者对苏宁品牌的认知，同时增加热点营销的趣味性，需要采用交互型的营销模式。



搜索引擎为获取咨询重要入口，移动端为首

奥运期间有关里约奥运会的搜索PV累计超过10亿，奥运query日均搜索PV超过6千万。

针对里约奥运，百度提供了专门的搜索页面，从任何平台，只要百度“里约奥运”或相关关键字，奖牌榜、赛程及媒体报道最新消息都会汇总出现在同一页面。



71.6%

76.1%的网民使用了移动端关注奥运资讯

71.6%

的网民使用移动端关注奥运资讯

日均打开频次移动端为5.7次，PC端为5.6次。

2016年奥运会期间，无论是在移动端还是PC端，搜索引擎都是网民获取奥运相关咨询的主要入口之一。



体育人群特点与高质量电商人群高度吻合

¥10,699

体育人群相对来说具有高学历、高收入、高职位的特点，其家庭月收入达到10699元。

67%

持本科以上学历

高出36%

6,847

10,699

非体育人群家庭月收入 体育人群家庭月收入

▶ 67%：本科以上学历

▶ 28%：管理层人员

与2007年相比，我国城乡居民经常参加体育锻炼的人数百分比明显增加，人均体育消费水平大幅度提高，体育锻炼也逐渐成为一种时尚的生活方式。[]体育人群相对来说具有高学历、高收入、高职位的特点，其家庭月收入达到10699元，比非体育人群高出36个百分点，67%持有本科以上学历；其中，接近三成是企业管理人员（28%），这与电商网购人群高度吻合，且为优质客户。



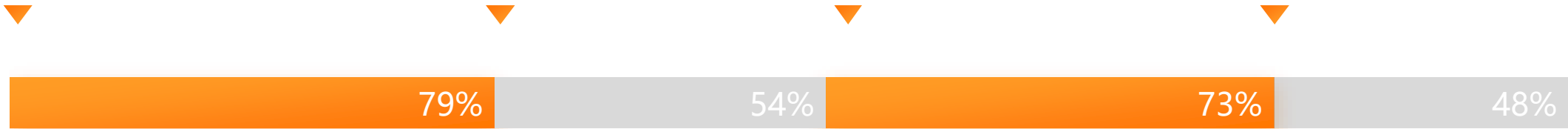
体育运动向刚性需求过渡，具有较强购买力

男：增强体质+提高免疫力

男：个人兴趣爱好

女：增强体质+提高免疫力

女：减肥塑形



体育人群的消费能力不容小觑，根据阿里巴巴集团提供的数据显示，15年“双11”当天体育用品的成交额达到44.57亿元，比去年同期上涨了55%；成交用户增长约六成。

80%&70%

运动鞋&运动服

有80%和70%的体育人群表示在过去一年里分别购买过运动鞋和运动服。

61%

运动饮料

带动的其他消费有运动饮料（61%）。

41%

运动装备（除鞋服外）

带动的其他消费有运动装备（除运动鞋服外，41%）。

31%

健身卡/会员卡

带动的其他消费还有健身卡/会员卡（31%）。



告别填鸭式营销，互动营销引爆传播

使用百度地图



热词

活动专区



积分商城



手撕邓超



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

手机百度渗透率高，百度语音黑科技



手机百度浏览器



手机百度是一款有6亿用户在使用的手机搜索客户端，截止目前，百度移动搜索月活用户6.6亿，中国网民渗透率达 93%。

百度语音技术处于行业领先地位

用户使用文本输入速度为1s/字，而使用语音搜索输入速度为100ms/字，搜索速度变得更快。

在百度，每天有3000万次的语音搜索，1000万次的图像搜索量。截止目前，百度用户画像的标签已经达到200万，并且处于快速增长阶段。手机百度借助这些标签以及自然语言处理、深度学习等技术，能够千人千面、亿人亿面的为每个用户推荐不同内容。



研发时间

百度在2010年开始进行智能语音及相关技术研发，推出了第一代基于云端识别的互联网应用“掌上百度”。



语音搜索

2012年11月，百度上线了中国第一款基于DNN的汉语语音搜索系统，成为最早采用DNN技术进行商业语音服务的公司之一。



语音模型

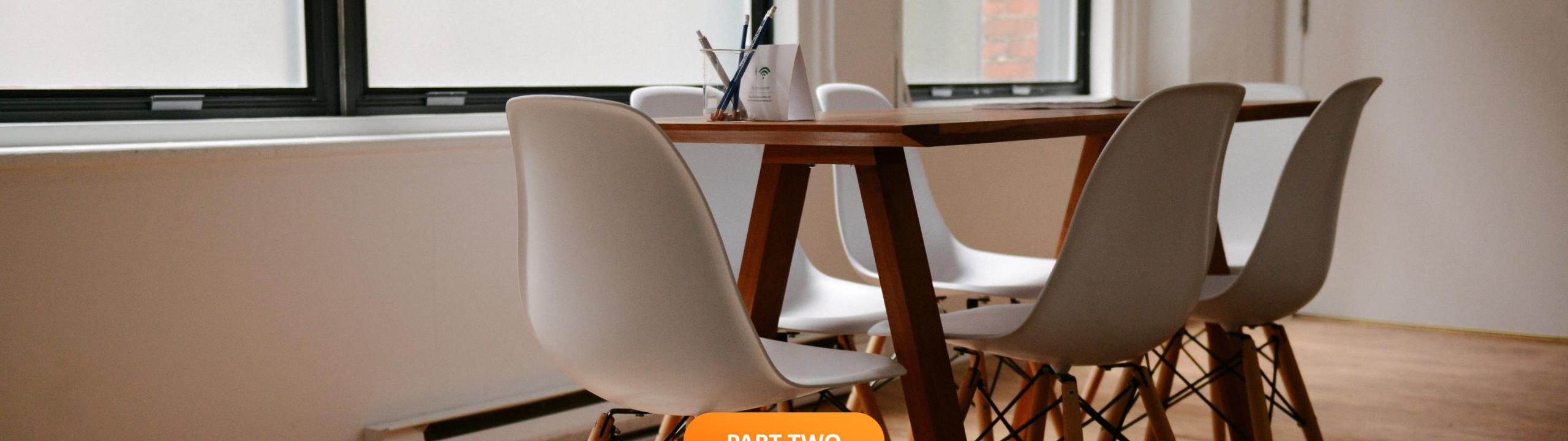
线上语言模型体积超过100GB，支持小时级别的海量语言模型更新。语音识别DNN深达9层。



识别准确

在安静情况下，百度的普通话识别率已达到95%以上，处于国际领先水平。





PART TWO

活动策划

奥运这个庞大的网民关注人群，给了苏宁818一个很好的契机，也使得我们能够把奥运与苏宁818相结合，提升品牌曝光和苏宁818活动宣传，所以此次活动确定主题为 “ 奥运与苏宁 ” ，开启一个新的创新营销模式。



确定主题-借势奥运

人群
时间
关注度

奥运



- 1.时间方面：里约奥运会时间为8月5日到8月21日与苏宁818店庆活动时间较吻合
- 2.人群关注习惯：经过调查大部分（约96.86%）的网民会通过互联网获取奥运资讯
- 4.奥运人群为高电商转化人群，与苏宁人群较为相似
- 5.奥运搜索指数庞大且关注度较高
- 6.综合门户为大多数网民获取奥运资讯的网站，搜索引擎以其迅速准确的获取信息的优势排在第二位



参与活动方式



活动入口-手机百度



超6亿用户数

百度移动搜索
6.6亿月活

里约奥运会
百度33.29亿次搜索



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 COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

活动入口提示-banner

27万热门query 捕捉奥运关注人群

中国队奥运 中国队金牌 中国队奥运

中国队夺金



吴敏霞 马龙 李晓霞 里约女排中国队



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 COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

互动方式-语音搜索



3000万次/天

口语化多轮交互

自然语言处理

全网数据挖掘



快捷沟通

新颖技术

增加网民体验好
感度

加强互动



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 COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

落地活动-体现活动优势



- 呐喊中间页与活动落地页分别突出苏宁品牌信息及活动信息，增加品牌影响力及818活动热度，与奥运结合，突出活动特点



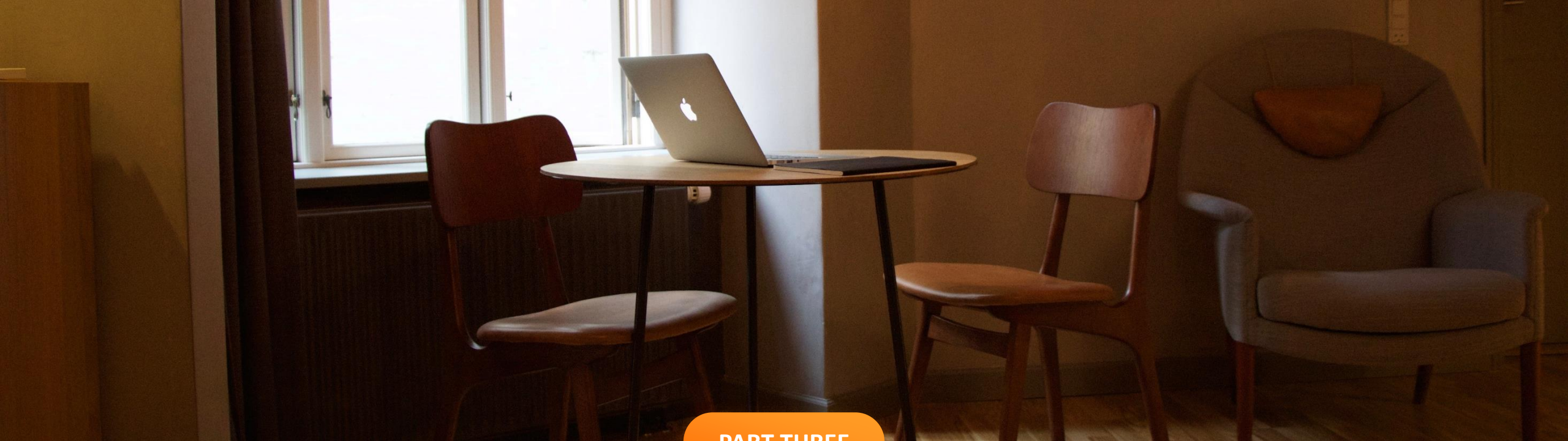
多端联动-增加流量转化



- 百度地图，百度品专，百度网盟等强流量和品牌相关产品，增加活动品牌流量，增加转化



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界



PART THREE

活动执行

百度媒体针对实事热点开发百度奥运tips产品对苏宁818活动进行线上推广，我司根据苏宁818活动需求以及百度奥运tips主题风格设计素材，苏宁提供线下10家活动门店，并负责实物礼品物流，确保活动的完整顺利进行



百度媒体提供技术支持



- 协助开发切合苏宁818主题风格的百度语音中间页

- 结合苏宁818活动时间调整产品周期为8月6-21日

- 为苏宁广告设置外链

- 奥运期间为苏宁提供百度平台大流量检索词



苏宁客户提供活动优惠及门店支持



160万优惠券（60万实物奖品+100万虚拟兑换券）

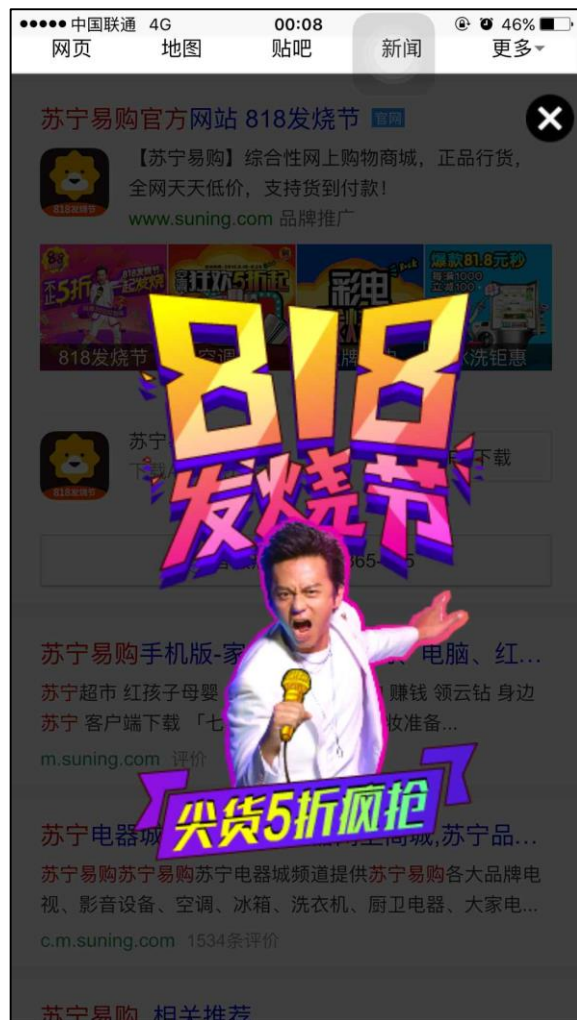


苏宁全国各地，线下门店配合线上活动，全面实行O2O购物



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

全程素材制作及监控执行



移动资源引流-百度地图热词



手百强曝光



穿越星球活动主题

互动分享&活动进度

活动入口



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 COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

移动资源引流-百度地图品专



百度地图引导O2O购物

- 精准锁定寻找苏宁门店的人群
- 线上强曝光“苏宁818发烧节”活动信息
- 借助苏宁门店优势，大力发展O2O购物



移动资源引流-百度糯米&百度云&手百

- 利用百度云开屏，手百，百度糯米较高用户人群，实现强曝光
- 凸显苏宁818主活动力度“不止5折”
- 导流苏宁818主活动会场



“云上的日子，你我共享”

© 2016 Baidu.com. All rights reserved.

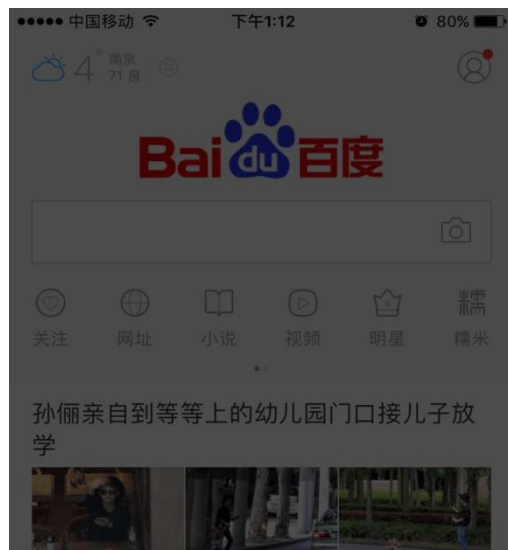


进入>>



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

借势奥运进行品牌营销



为中国加油



借势奥运强曝光

- 利用手百语音功能连接奥运及苏宁818活动，增强苏宁818品牌曝光
- 手百语音“为中国加油”进入活动中间页，曝光苏宁活动信息
- 中间页过度增加用户好感度



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 COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

炫动&常规品专全流量收口



炫动品专强势曝光

- PC&MOB端炫动品专霸屏
导流活动页
- 分品类分素材曝光提升点击
率



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 COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

PART FOUR

活动评估

我们从前端强曝光到中间引导网民参与互动活动，均超额达成相关预期目标。达到预期的曝光度及网民互动人数



案例效果

8.6-8.21

16天



Tips苏宁品牌曝光

1.26亿次

Tips苏宁品牌曝光

7950次

平均每人加油

60次



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理诠释成功 借传媒改变世界

附件1：奥运彩蛋触发词示例-强相关触发词7949个

1

张梦雪、首金、中国队首金、中国首金、女子气手枪、中国队冠军...

2

孙杨、孙杨赛程、孙杨里约、奥运会孙杨、100米自由泳、孙杨自由泳...

3

女排、中国女排、女排金牌、排球夺冠、朱婷、里约女排、张常宁...

4

龙清泉、龙清泉夺金、举重奥运、中国男子56kg、中国队举重...

5

谌龙、谌龙夺金、中国队谌龙、谌龙金牌、谌龙奥运、羽毛球男子单打...



附件2：奥运tips触发词示例-pv126,224,369

奥运金牌榜	闭幕式	100米田径里约	里约奥运榜	女排
里约奥运会	奥运直播	100米半决赛里约	里约奥运榜单	跆拳道
奥运会	奥运会赛程	100米半决赛里约视频	里约奥运歌曲	张梦雪
奥运会2016	男篮奥运	100米决赛	里约奥运精彩视频	孙杨
奥运	巴西奥运会	100米决赛里约	里约奥运精彩瞬间	龙清泉
奥运会金牌榜	里约奥运半程盘点	100米决赛里约奥运会	里约奥运赛况	谌龙
里约奥运会金牌榜	开幕式	100米决赛里约奥运会视频	里约奥运赛事	陈艾森
奥运部分选手回京	里约奥运金牌榜	100米决赛视频里约	里约奥运赛事回放	羽毛球男双
2016奥运会	奥运会奖牌榜	100米苏炳添	里约奥运赛事安排	刘虹
里约奥运会奖牌榜	2016奥运会金牌榜	100米里约	里约奥运赛事表	任茜
奥运奖牌榜	巴西开幕式	100米里约决赛	里约奥运赛事直播	赵帅
里约奥运会赛程表	中国队金牌榜	100米里约视频	里约奥运赛程	马龙
奥运金牌榜2016	里约奥运	100米里约奥运会	里约奥运赛程中国	丁宁
奥运赛程	奥运金牌	100米里约奥运会决赛	里约奥运赛程北京时间	曹缘



Thanks