

流量碎片化变局下的 电商营销之道

赵彦萌

2017年4月18日星期二

目录



赵彦萌

服务80余家电商客户，年消费金额3亿
综合，母婴，生鲜，医药，服饰共5类客户

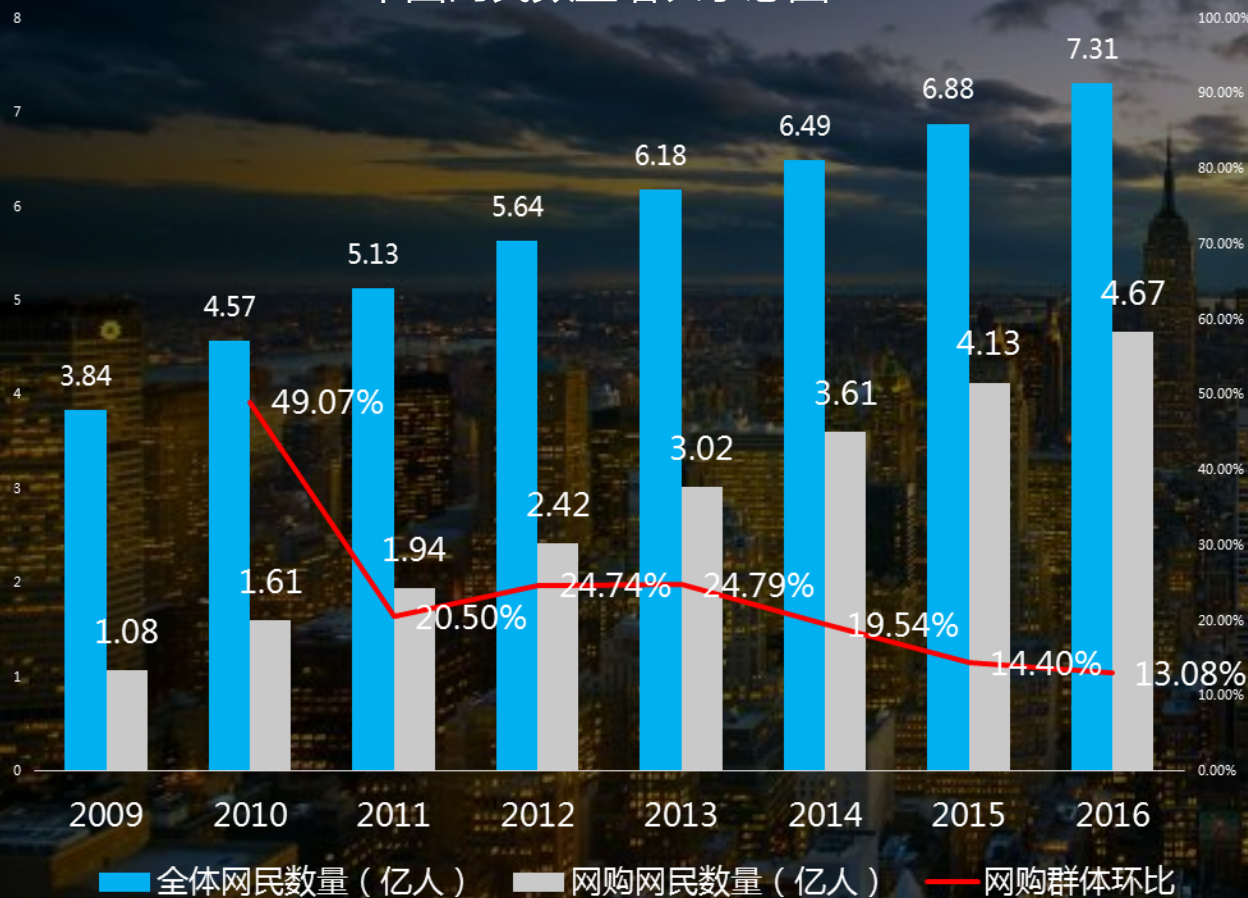
1. 流量碎片化时代的到来

2. 流量碎片化带给电商新挑战

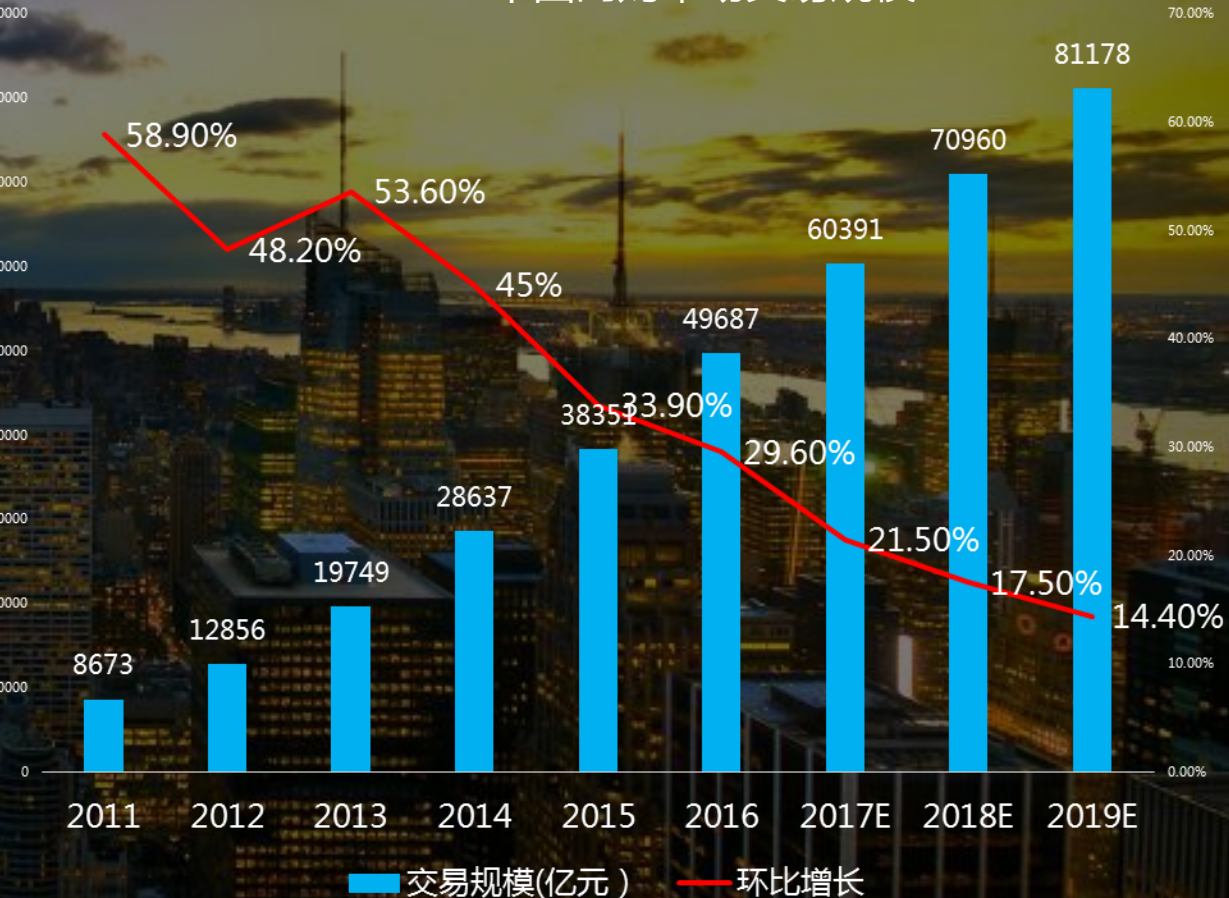
3. 电商的营销之道

人口红利日渐衰竭，电商行业进入瓶颈期

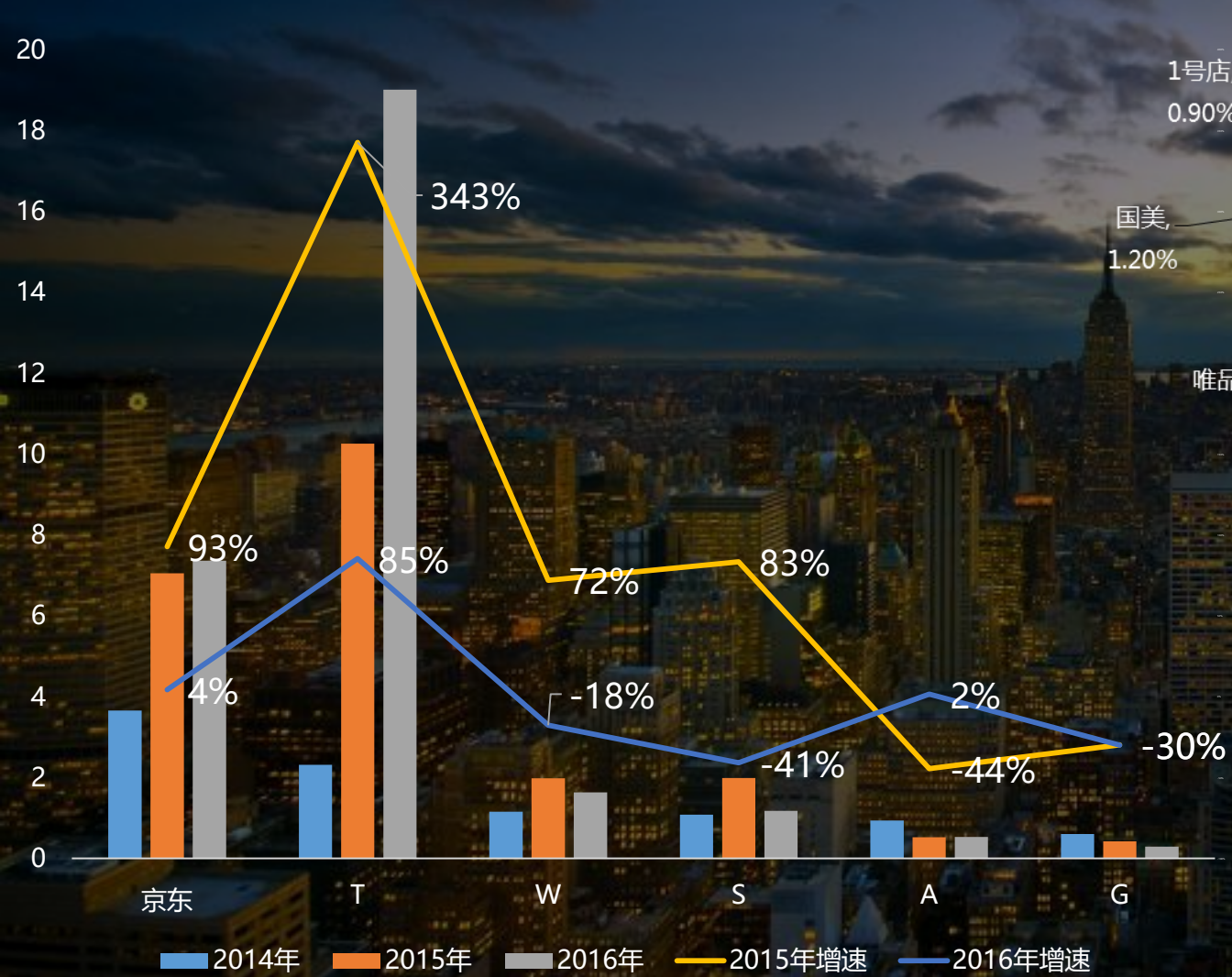
中国网民数量增长示意图



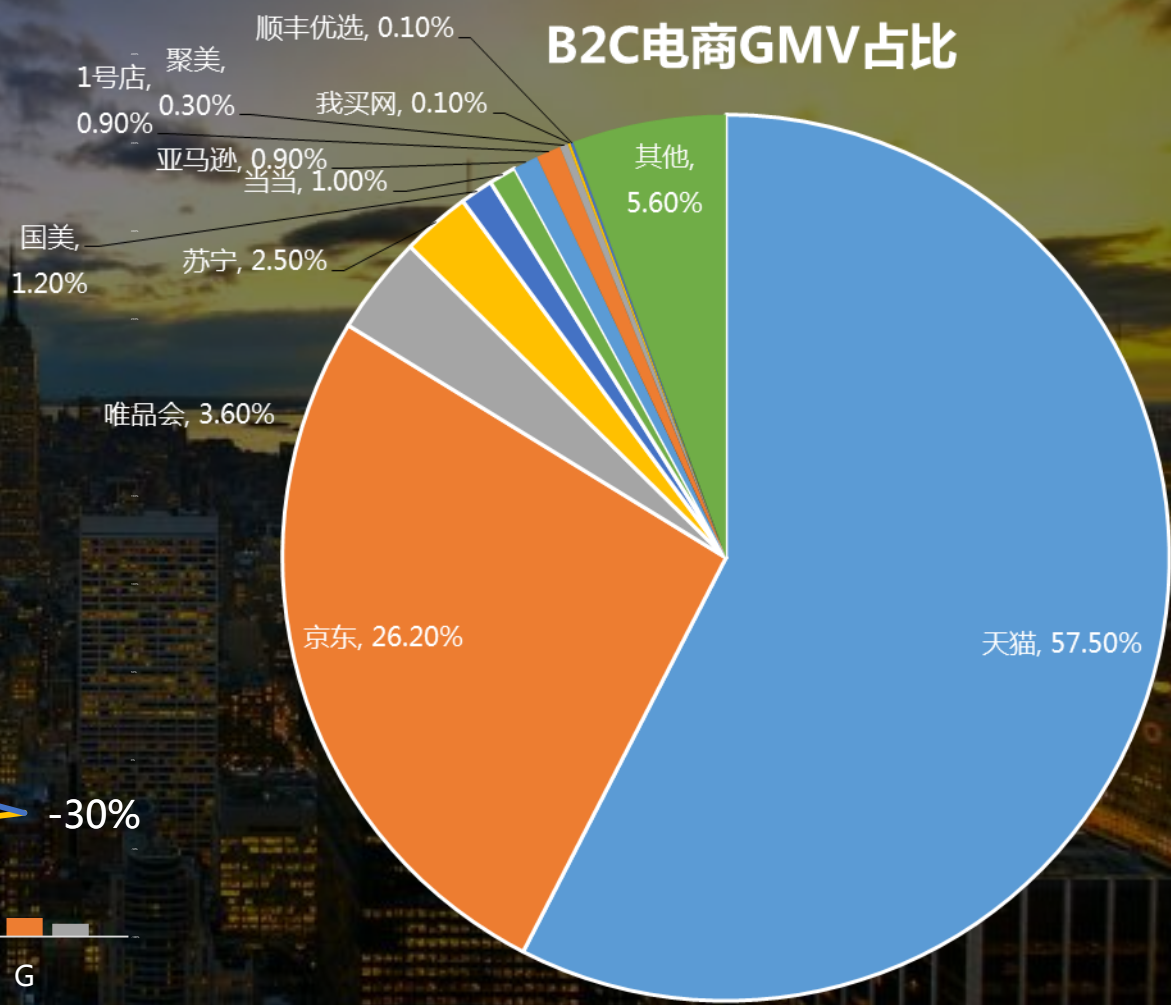
中国网购市场交易规模



电商双寡头业已形成，其余电商生存维艰



数据来源—百度凤巢，易观国际



01

流量碎片化时代的 到来

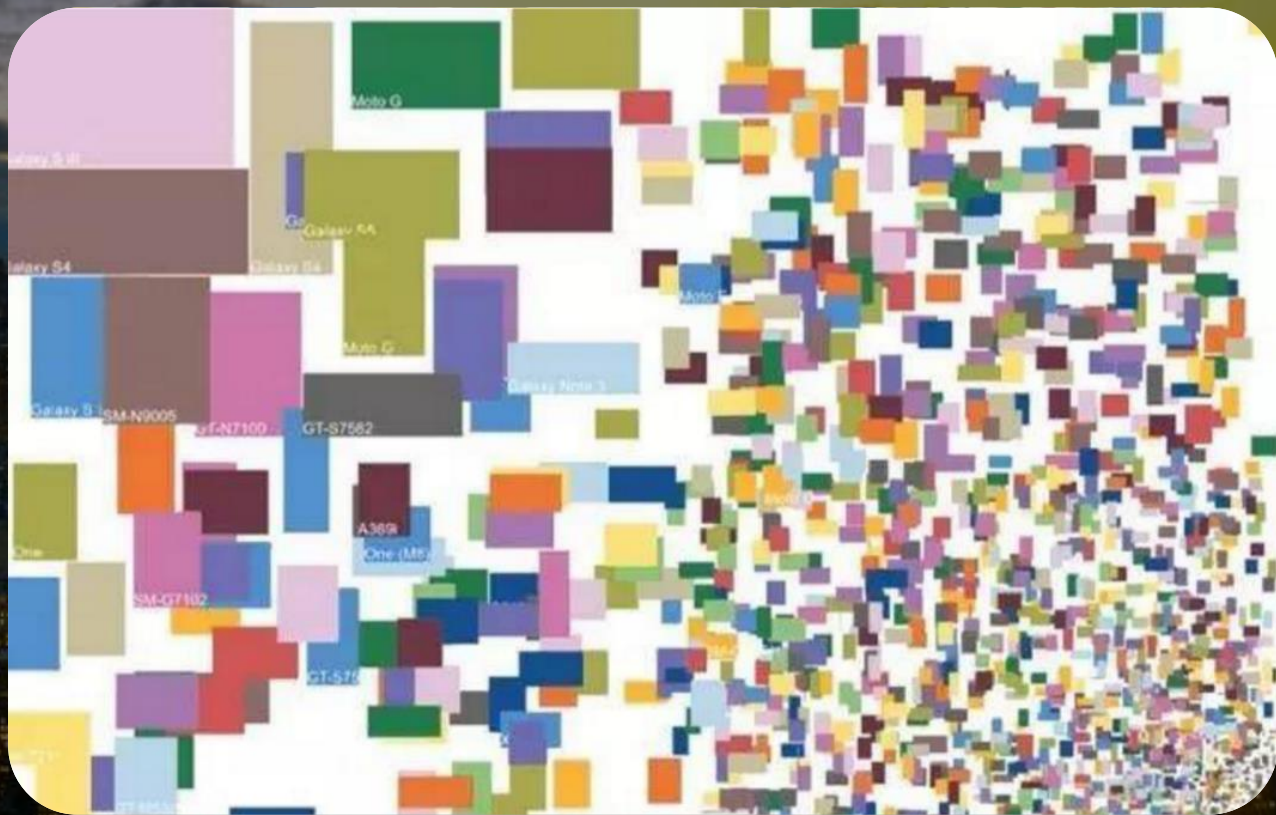
社会碎片化的浪潮——统一性的瓦解

1 社会关系 →

2 政治关系 →

3 市场关系 →

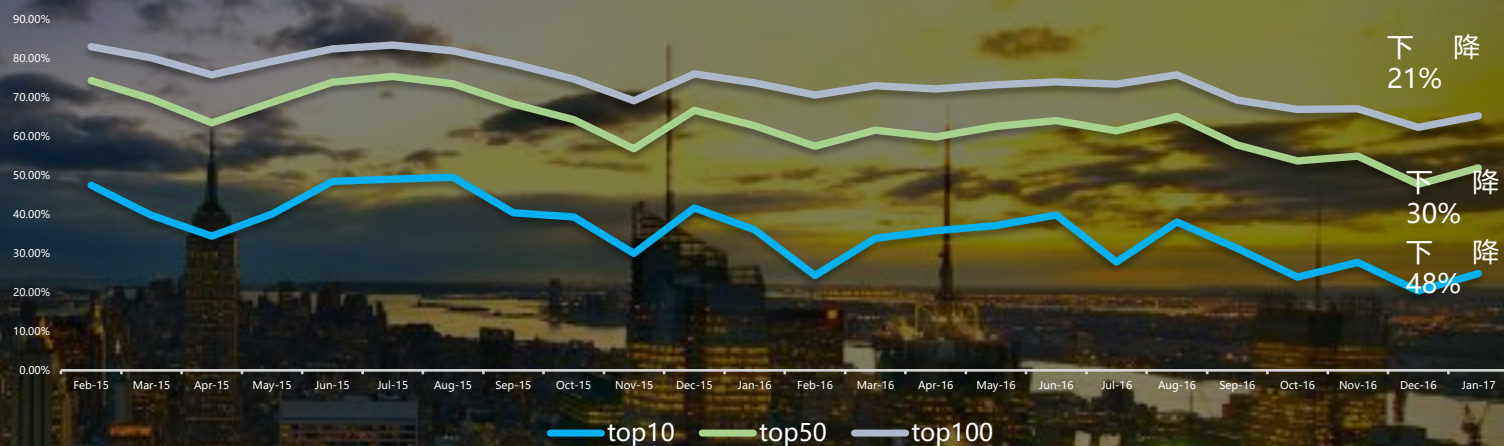
4 文化观念 →



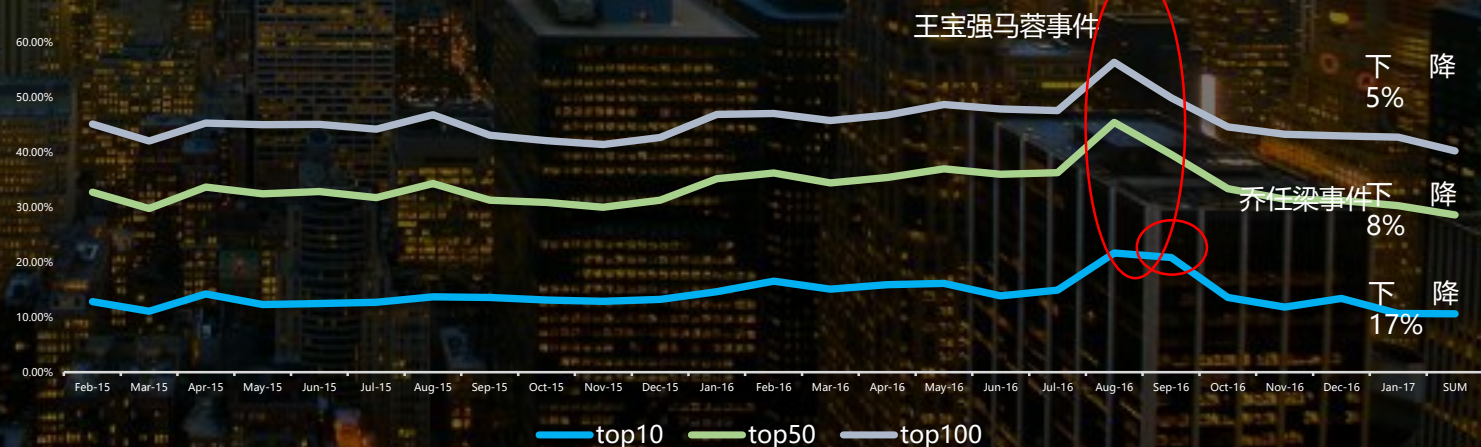
流量碎片化的时代——注意力分散与亚文化盛行



电影检索集中度



明星检索集中度



2010年

2017年



用户在各电商间流转，加剧了购买决策的分散化

以3C电子类电商品牌为例：



图：电商品牌网民检索流转图

电商造节的高频化与碎片化

电商平台15大节日

电商平台	节日名称	日期
淘宝	年货节	1.22--2.2
京东超市	蝴蝶节	2.22--2.28
苏宁易购	闺蜜节	2.23--3.9
一号店	宠爱女人节	2.23--3.8
聚美优品	301店庆	3.1
蜜芽	疯抢节	3.1
乐蜂网	桃花节	2.27--3.31
国美在线	黑色星期五	3.11
唯品会	年中大促	6.16
京东	618	6.1--6.20
唯品会	撒娇节	8.14--8.16
苏宁易购	店庆日	8.18
淘宝天猫	双11	11.11
洋码头	黑五狂欢节	11.20--11.30
小红书	红色星期五	12.27

某头部电商日流量对比图



01 总结

- 二超多强的电商格局逐渐固化
- 人群裂变为多元化碎片化的小群体
- 电商行业流量展现出碎片化趋势，给运营提出新挑战

A nighttime cityscape with illuminated buildings and a dark sky, serving as the background for the slide. A white rectangular border frames the central text area.

02

流量碎片化带给 电商新挑战

流量碎片化对电商行业的三大挑战



用户需求



传播过程



交互场景

聚合需求的能力是电商核心竞争力

- 从千篇一律到一人千面,大众需求过渡到碎片需求



困境：缺乏手段收集和聚合

个性需求



小众需求



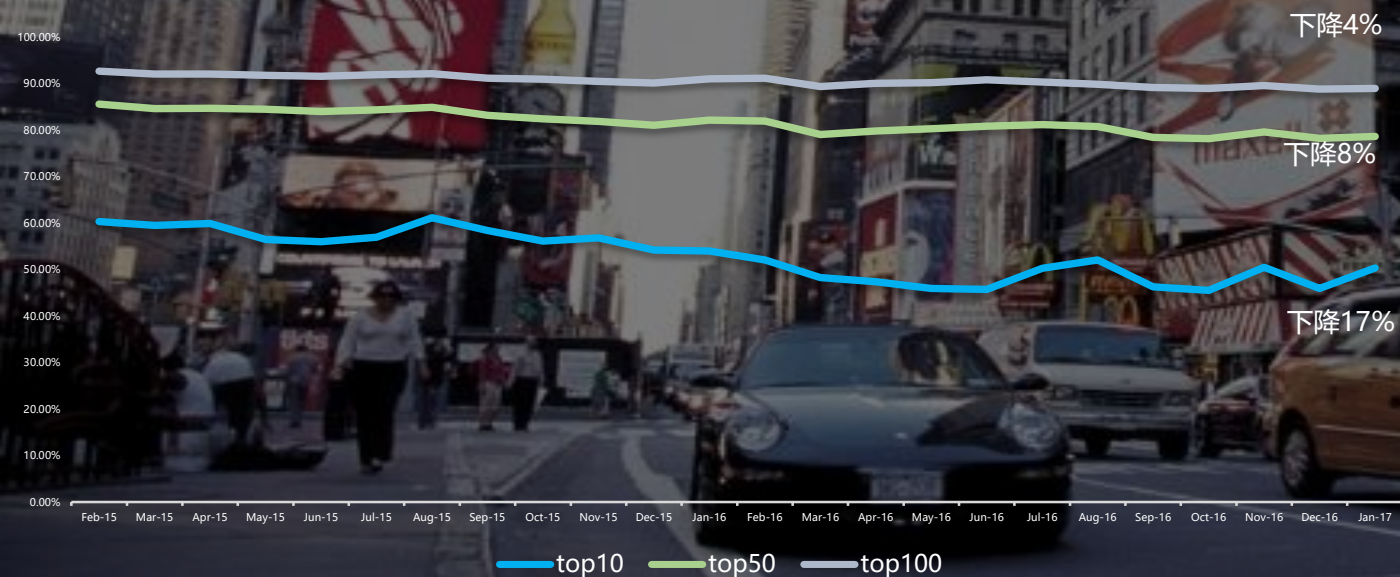
企业要如何提高聚合效率？

电商在媒体传播碎片化冲击下无所适从

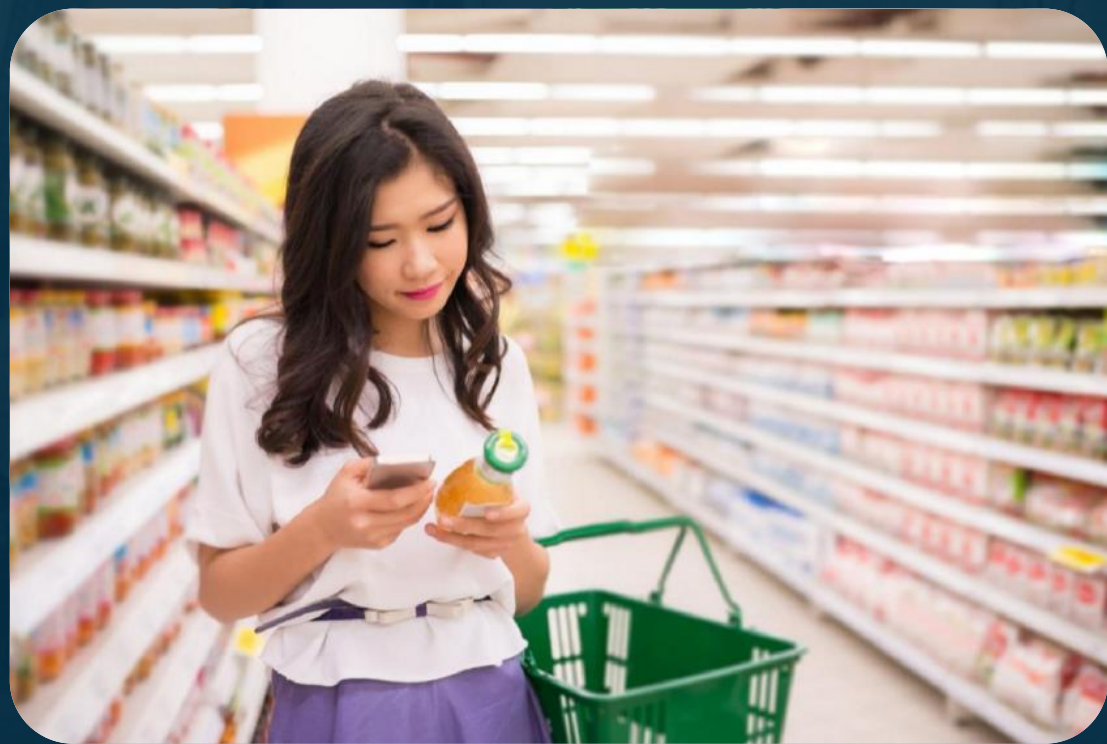
- 传统广告面临困境触达不到消费者

- 用户本身即是媒体,口碑效应越发显著

肥皂品牌检索集中度



交互场景无时不在 从阵地战到游击战的升级挑战



- 购买决策更多受到场景化，体验化的影响；
- 购买行为随时随地可以发生，电商难以覆盖所有所有时段所有场景；

02 总结

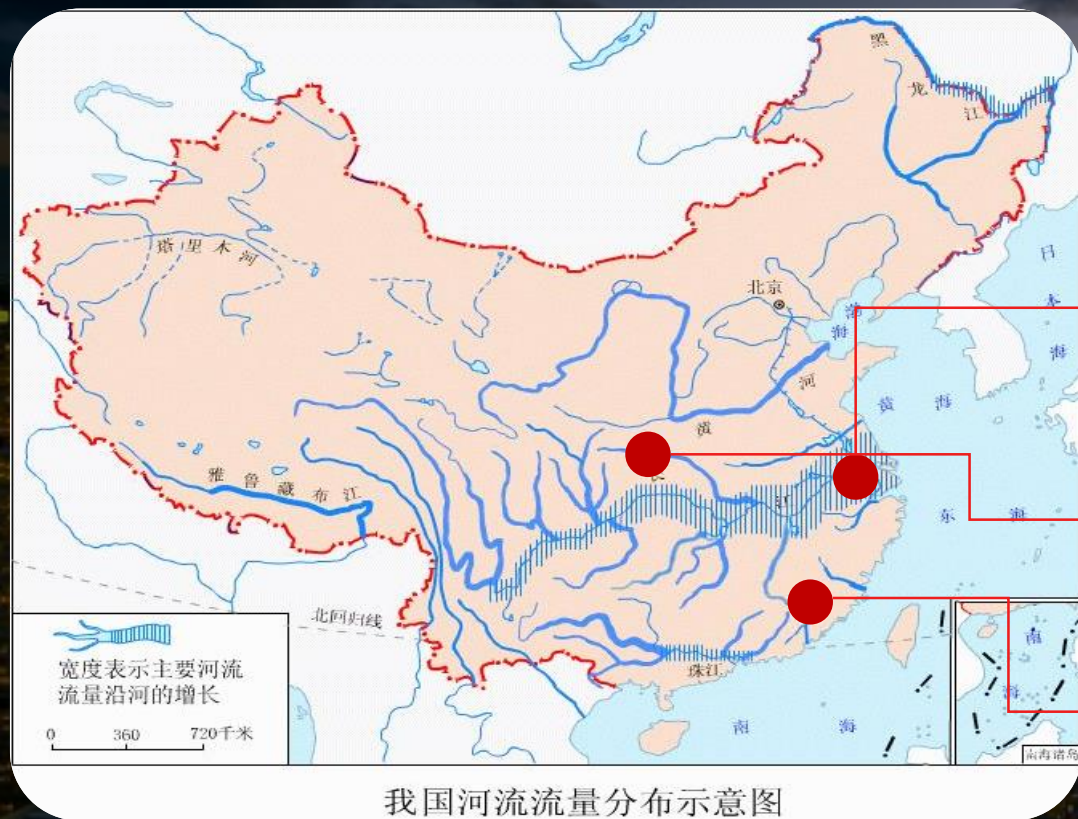
- 缺乏有效手段聚合碎片化的需求
- 媒体碎片化使得传统营销方式面临失效，用户口碑愈发重要
- 难以全覆盖碎片化的购买场景

A nighttime cityscape, likely New York City, with numerous skyscrapers and lights visible against a dark sky. The image is framed by a white border.

03

电商营销之道

重新定位企业—江河模型梳理营销需求



河流宽度，深度与流速



干流—亿级用户

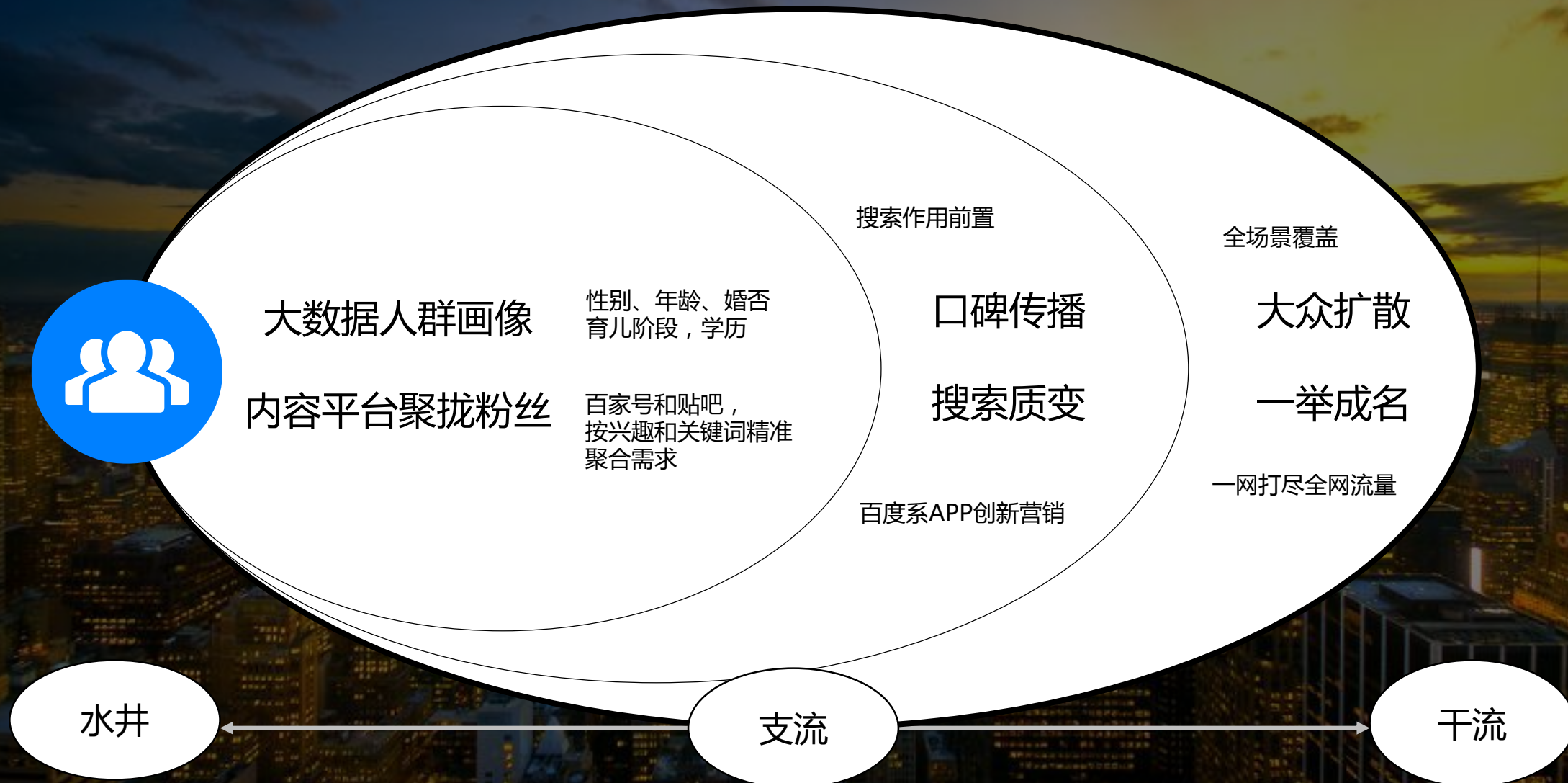


支流—千万用户



水井—十万，百万级用户

从水井到干流的营销链条



聚合需求—培养粉丝，赢取口碑，深挖水井

大数据洞察，用户画像



内容平台，培养粉丝

内容优势：合作+自媒体+原创，多元的内容生态
百家号领衔，打造海量优质内容池



图片来源—大数据洞察奶粉行业精细化发展之道

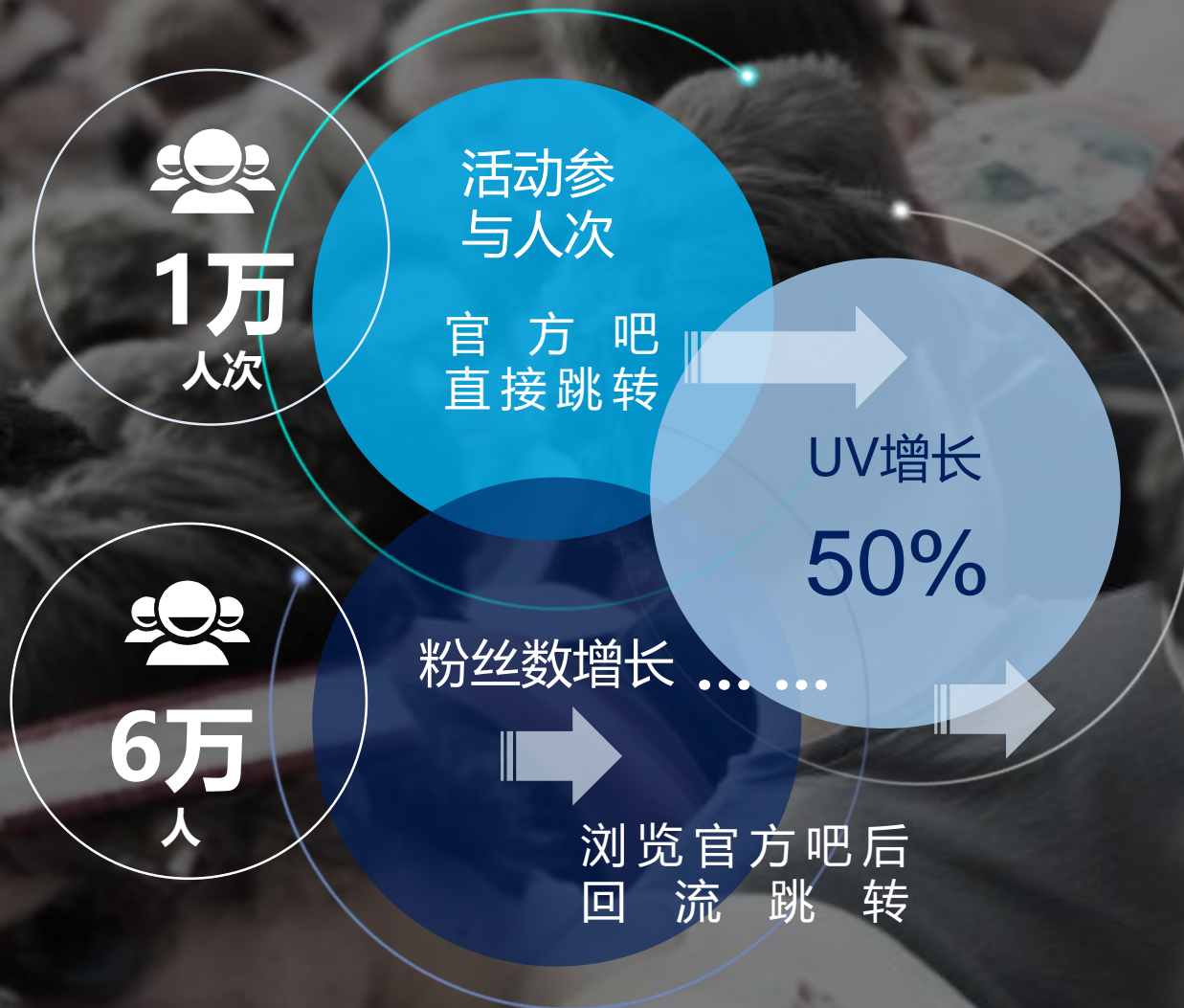
大数据洞察奶粉行业精细化发展之道

聚合需求—培养粉丝，赢取口碑

事件营销互动化——互动口碑类产品提高营销影响力

活动上线后，官方吧各数据快速飙升

Baidu 贴吧



打通传播路径--口碑传染，搜索质变，原生广告



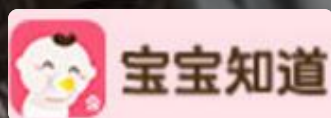
双11网民口碑关注上升47%



日常

双11

- 网址/论坛
- 口碑
- 价格
- 排行
- 活动/促销
- 购买方法
- 真伪辨别



母婴电商激活成本下降50%

《百度信息流白皮书》

移动营销 原动力

Baidu 百度

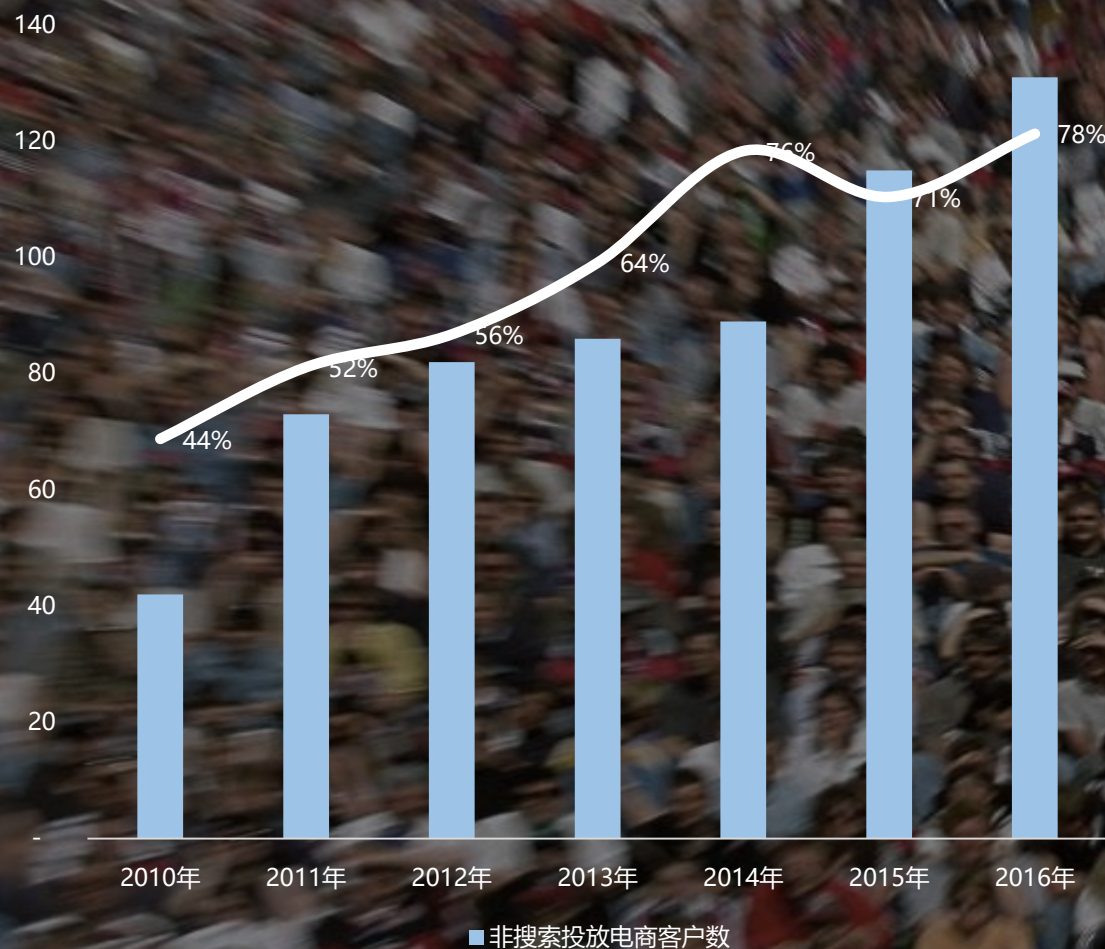
打通传播路径--口碑传染，搜索质变



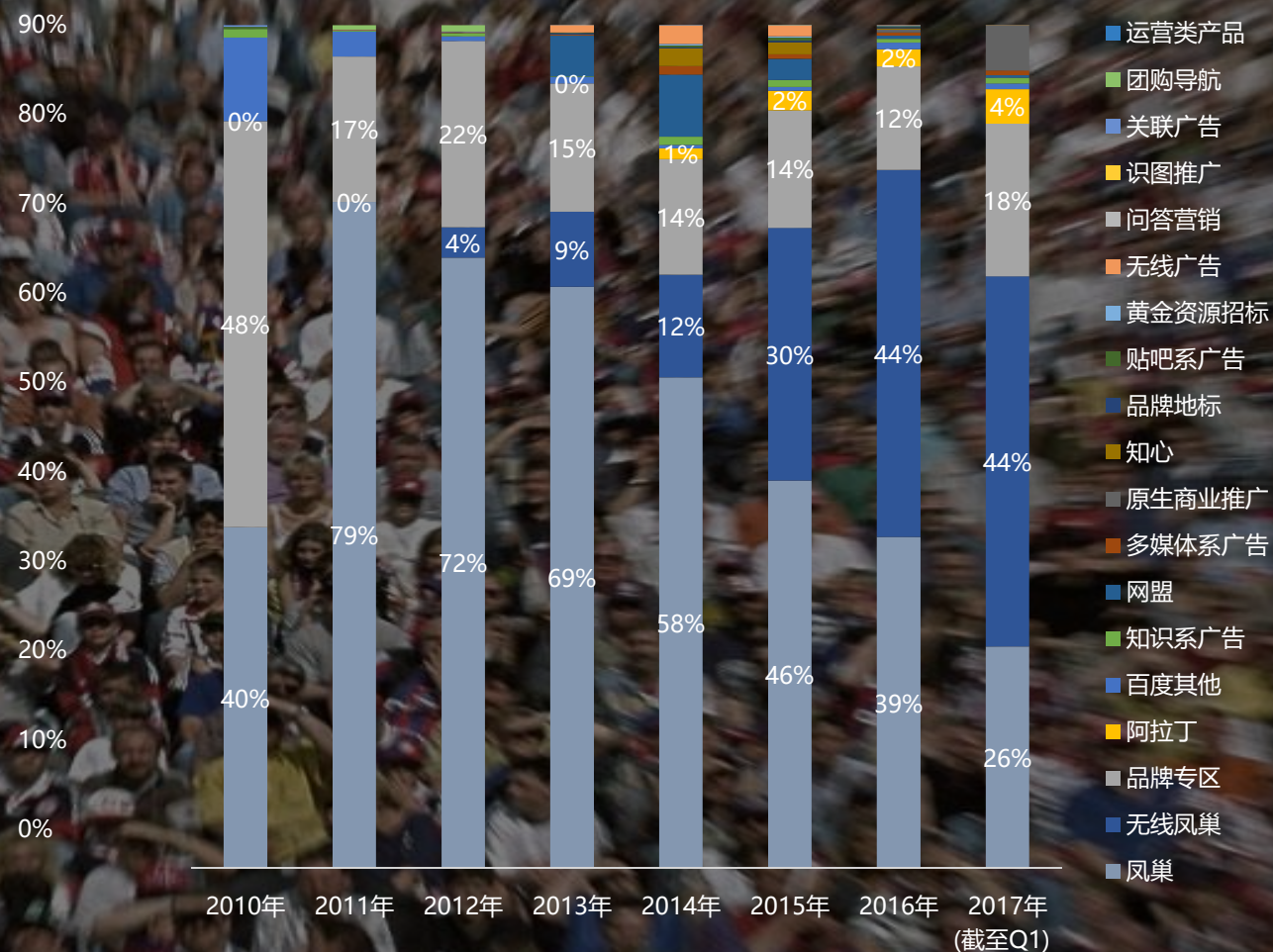
场景覆盖——大众扩散，一举成名

整合营销化——电商行业客户已开始多元产品组合投放

电商非搜索产品投放客户数量增长趋势图



主要投放百度产品分布



场景覆盖—大众扩散，一举成名



品牌 · BIG DAY

疯狂广告

京东双11案例

PC端 | 频道首页浮层/背景通投



覆盖贴吧，视频，音乐，图片等多频道首页，大曝光，炫目形式让用户印象深刻

场景覆盖—大众扩散，一举成名



品牌 · BIG DAY

疯狂广告

大话西游游戏案例

无线端 | 闪屏联投



THANK YOU

