

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

Lavida 场景化营销案例

目录

Contents

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

营销战略思考

百度大数据助力朗逸家族创新场景营销

品牌



效果



“找到你的场景，就能找到你的人群。”



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, CENTRAL CHINA UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS
用管理诠释成功 借传媒改变世界

项目创意洞察

百度数据资源

横跨生活、决策、消费时刻，数据链整合价值巨大

百度技术能力

业界首屈一指

受众流量覆盖

24小时追踪用户跨屏行为，动态数据反映用户最新需求

媒介资源覆盖

全球最大中文媒体平台+60万媒体

智能整合管理

精细化运营管理保证效率效果最大化



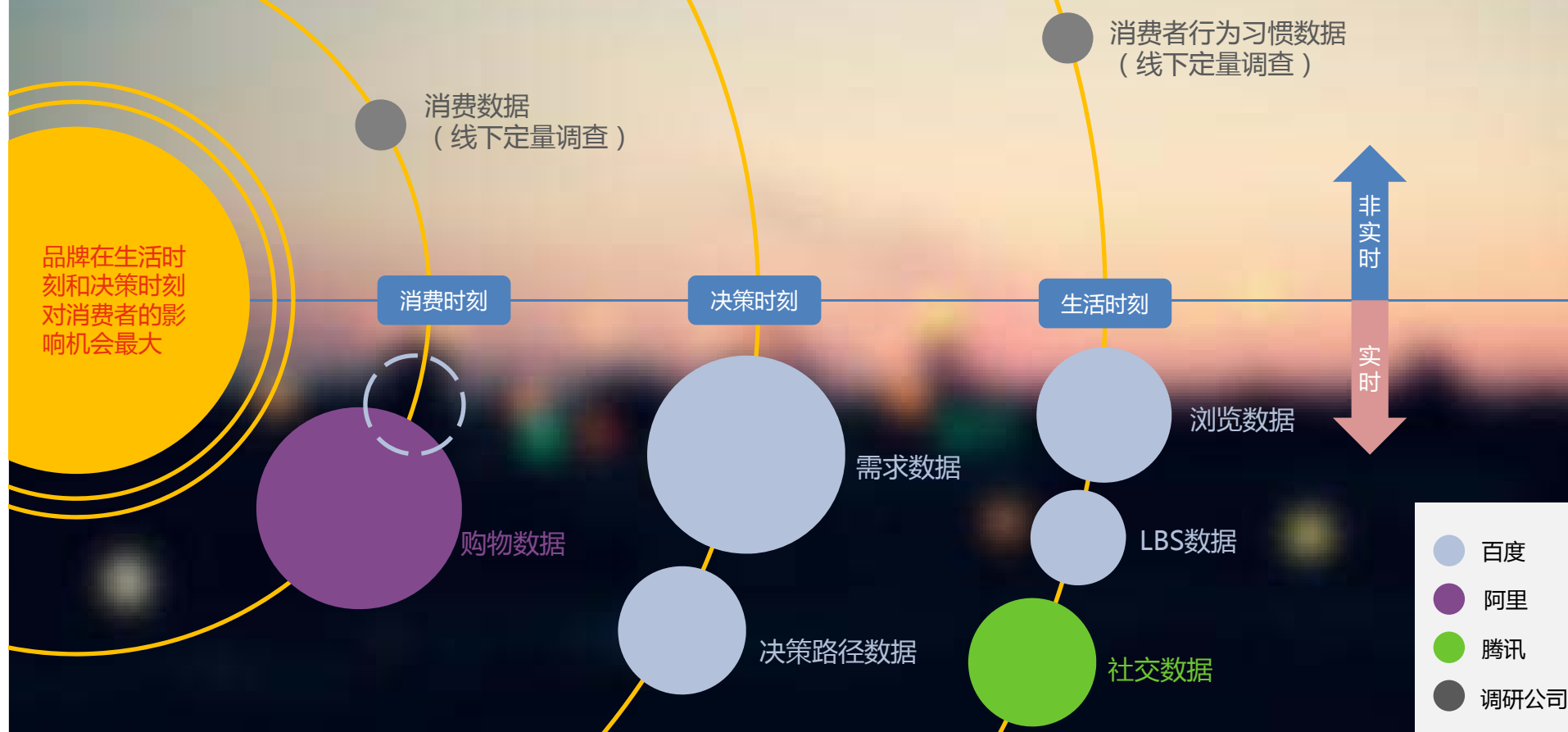
Baidu 认证
成就互联网营销英才



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

百度数据资源

横跨生活、决策、消费时刻，数据链整合价值巨大



受众流量覆盖

24小时追踪用户跨屏行为，动态数据反映用户最新需求

6亿 PC用户

95%中国PC用户
每天上网时间一半以上

5亿 移动用户

80%中国MOB用户
每天90分钟以上

12,000,000
日均**搜索**流量

30,000,000
日均**浏览**流量

浏览

News

搜索

娱乐

查询

社交

购物

¥

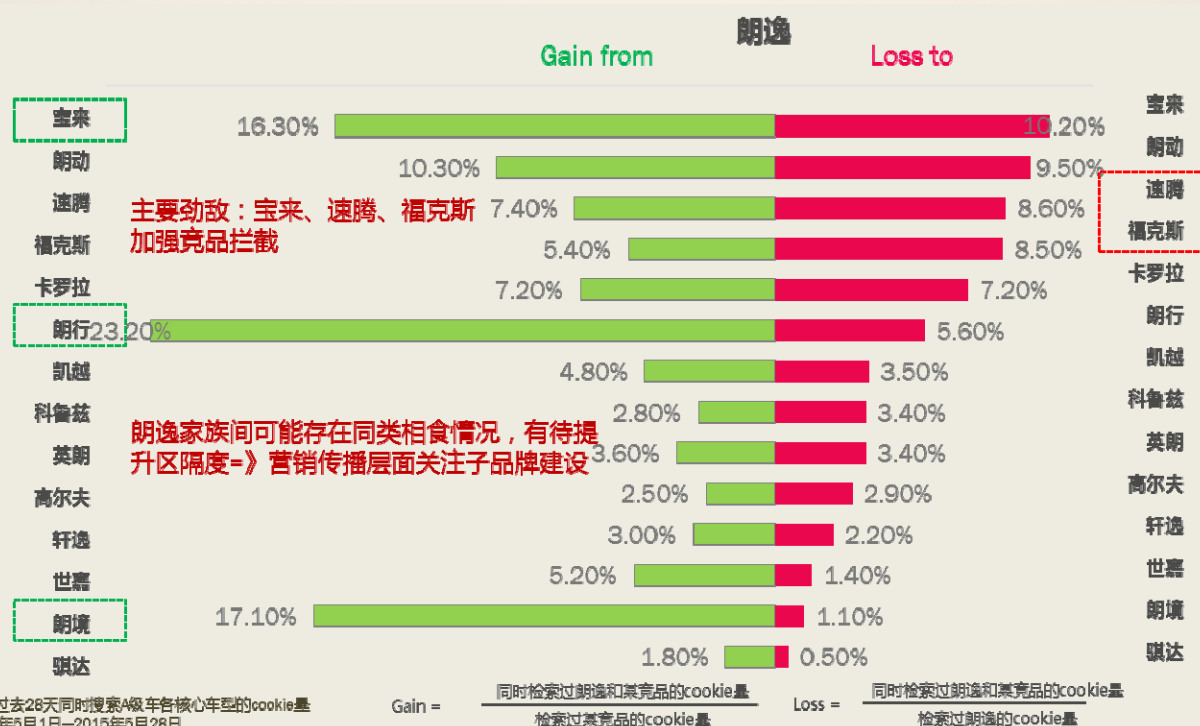
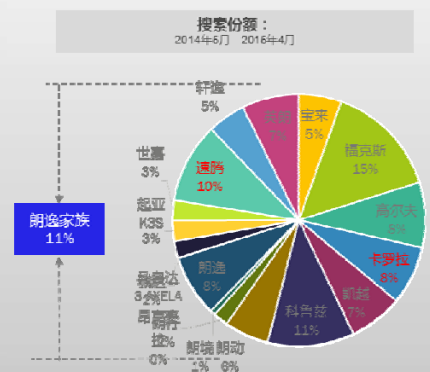
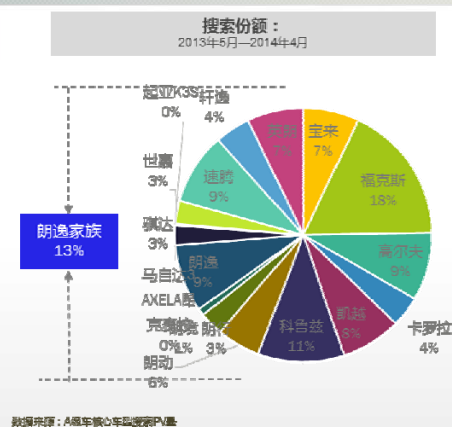


Baidu 认证
成就互联网营销英才



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

项目创意洞察



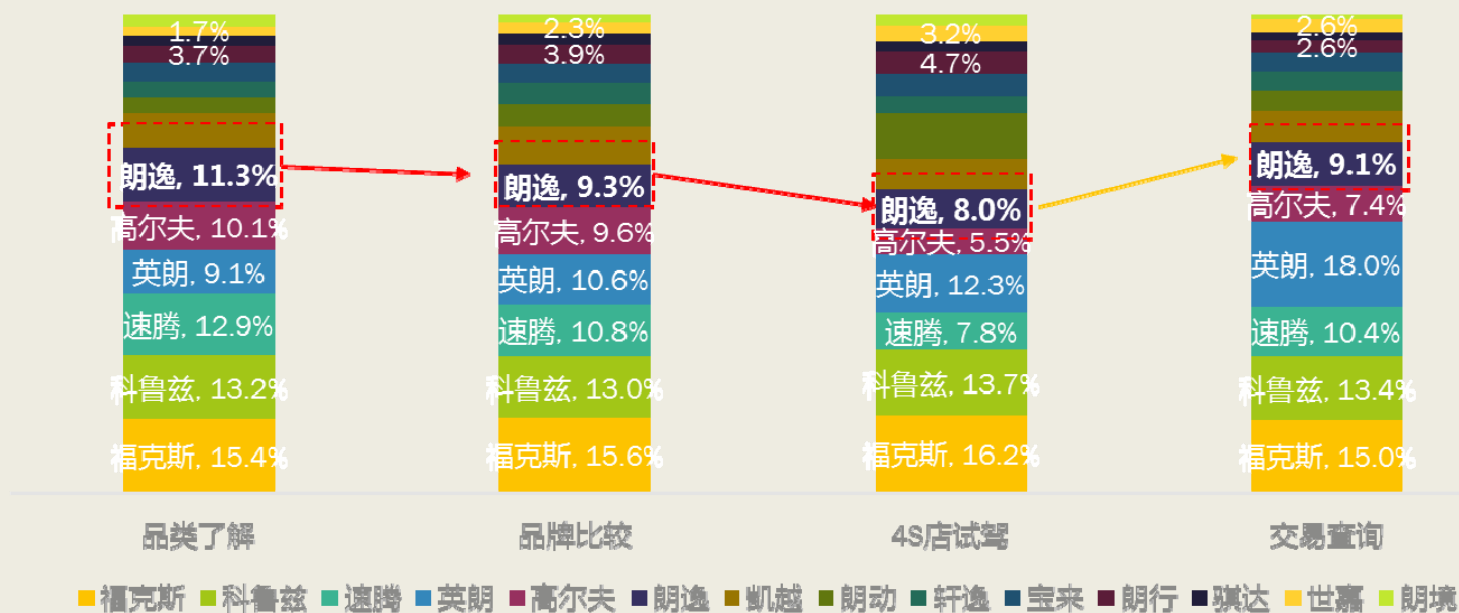
Baidu 认证
成就互联网营销英才



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINESE UNIVERSITY OF MEDIA
用管理理论成功 借传媒改变世界

项目创意洞察

消费情境下各品牌占比



数据来源：同时搜索A级车车型及相关情境关键词的cookie行为分析，2015.4.3~5.5



Baidu 认证
成就互联网营销英才



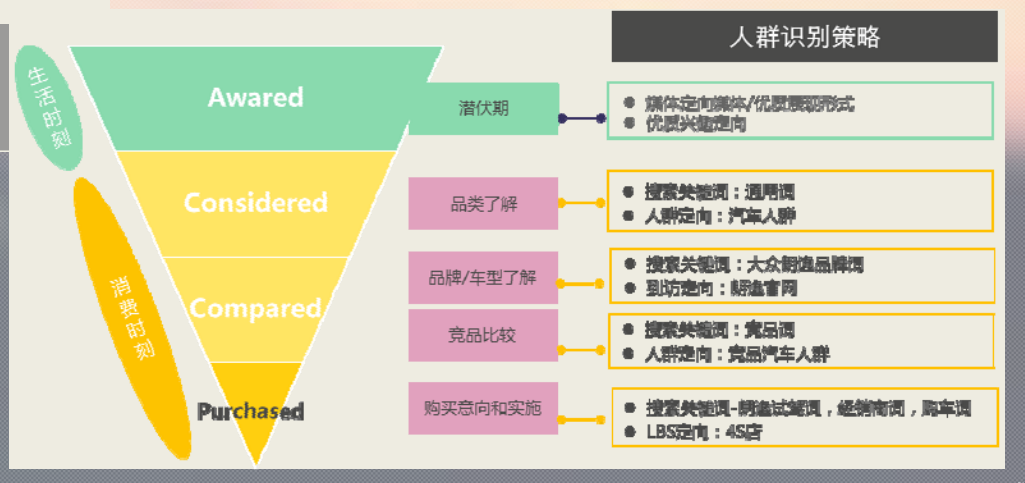
中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF CHINA
用管理理论成功 借传媒改变世界

营销策略



基于用户不同决策阶段场景的营销实施策略

决策阶段	营销实施策略	搜索关键词	人群定向
Considered	品类了解	通用	汽车人群
	品牌/车型了解	大众朗逸品牌	朗逸官网
Compared	竞品比较	竞品	竞品汽车人群
Purchased	购买意向和实施	朗逸试驾, 经销商, 购车	LBS定向: 4S店



项目执行

建立定制化优化模型，通过数据闭环实现自动优化

Step1 :
广告主定义目标
第一方数据对接

Step2 :
结合百度数据能力，
训练积累客户自有优化模型

Step3 :
基于广告主目标
模型自动优化

品牌
认知

曝光
Impression

点击
Click

品牌
互动

抵达
Arrival rate

浏览/参与活动
Engagement rate

品牌
转化

注册
CPA/CPL

活跃/付费
ROI



千亿级广告特征挖掘

- 多维度受众需求理解
- 多维度媒体价值理解

根据营销目标智能竞价优化
通过数据闭环和行业营销经验
打造专属效果优化模型
(依赖客户DMP对接)

展示质量
预估

广告预算消耗

智能优化预估模型
LR|SVM|Transfer learning
Hadoop|Dstream
(提升转化效果)

世界级算法创新

应用于大规模稀疏特征的高维学习算法

PB级训练日学习样本

近万台服务器规模训练

分钟级数据更新



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 COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA
用管理论释成功 借传媒改变世界

项目执行

消费时刻实施策略 - 基于大数据挖掘和分析决策路径和关键影响因子

数字
消费者画像

- 基于需求挖掘，及路径识别；对具有不同需求、及不同决策阶段的目标人群进行生活时刻的描述和分析，定义场景化碎片



根据消费者划分不同的生活情境，与不同决策阶段形成 moments group

消费者决策
路径分析



- 结合购买决策路径的关键环节，产生不同人群的moments（时刻）定义

到访网站-全站和精细人群
搜索或浏览-产品词、品牌词等

常见人群-白领&性别-男
兴趣特征-汽车、金融、新闻等
媒体触点-垂直媒体等
场所特征（即时、常驻地）



Baidu 认证
成就互联网营销英才



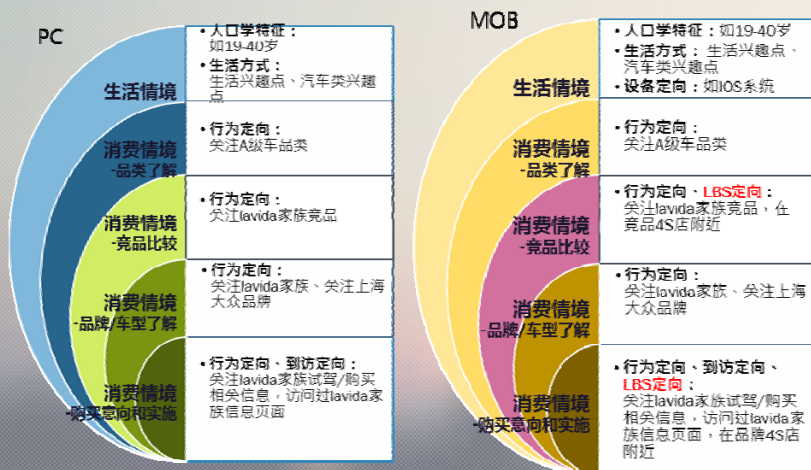
中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF CHINA
用管理论释成功 借传媒改变世界

项目执行--生活时刻受众画像分析：A级车 TA生活情境，潜伏期抢夺关注



数据来源：百度搜索数据2015.2.7-5.7，共计1010万cookies

项目执行



高精度度
拦截竞品

DSP预算分配示例

预算
分配
建议

PC + 无线 = 50%:50%

➤PC端以覆盖核心和竞品人群为主，进一步优化承接率与CPV，从而获得更多的品牌核心用户；

➤无线端页面主要以收集Leads为导向，缩短用户转化路径，最小化leads收集成本；

KPI
预估

PV	CPC	CTR	CPL
PC：移动	PC：移动	PC：移动	PC：移动
4.5 : 1	¥ 1.47 : ¥ 3.3	0.15% : 0.30%	¥ 269 : ¥ 178

	总预算	曝光量	点击量	CTR	leads	CVR	CPM	CPC	CPL
PC	500,000	227,272,726	340,909	0.15%	1,859	0.55%	¥ 2.20	¥ 1.47	¥ 269.00
移动	500,000	50,000,000	150,000	0.30%	2,809	1.87%	¥ 10.00	¥ 3.33	¥ 178.00
合计	1,000,000	277,272,726	490,909	0.18%	4,668	0.95%	¥ 3.61	¥ 2.04	¥ 214.24



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
用管理论释成功 借传媒改变世界

项目执行



DSP整体营销策略总结（15年Q3）

生活时刻受众覆盖策略：基于前端分析产生封装可投放人群节点

消费者触点				营销策略	
生活情境	潜伏期	行为层	需求层	百度DSP定向方式	创意沟通内容
		生活兴趣数据	社会化聆听数据		
电影		喜剧/搞笑、动画	享乐与释放	媒体定向媒体/优质展现形式-优质兴趣定向	放松、释放压力 /
		科幻、奇幻、纪录	活力与探索		幻想、探索、发现 骑行/骑行运动版
		动作、恐怖/惊悚	活力与探索		刺激 骑行/骑行运动版
电视剧		亲情	舒适与安全		家庭、亲情 新朗逸
		喜剧/搞笑	享乐与释放		放松、释放压力 /
		科幻、奇幻	活力与探索		幻想、探索 骑行/骑行运动版
视频		综艺、政治、悬疑、警匪/刑侦	能力与地位/与众不同		斗智斗勇、自我实现与成长 骑行
		搞笑/恶搞	享乐与释放		放松、释放压力 /
		舞蹈	活力与探索		兴趣爱好 骑行/骑行运动版
综艺		脑力竞技	能力与地位/与众不同		智力挑战 骑行
		励志类事实	能力与地位/与众不同		努力进取 骑行
		饲养动物	舒适与安全		关爱动物 新朗逸
动漫		冒险、励志、武侠	能力与地位/与众不同		为理想拼搏，成长、成就、成功 骑行
		游戏	能力与地位/与众不同		征服、成就 骑行



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

项目执行--潜伏期 一夜成名、认知期 品牌华表

潜伏期 一夜成名

一天之内为品牌带来超高曝光量，**营造浩大声势。**

高曝光量
提知名度

日均展位PV
4亿

百度自有APP
开屏



焦点图展示



Feed流展示



认知期 品牌华表

包段通用词流量，在消费者**认知阶段建立第一印象**

品类了解阶段出奇制胜：SEM品牌华表通用词包段，打造专区，建立品牌第一印象



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

项目执行—决策期 品牌专区

时效品专



品牌专区捕获消费者关注



品牌/车型对比阶段应需承接：时效品专以倒计时+互动触发炫动样式，进入试驾入口，推进决策



时效品专：倒计时+互动→炫动样式→试驾入口

诉诸情感，引起共鸣

决策期 品牌专区：

品牌专区捕获消费者关注；以倒计时样式，与消费者互动,提升用户体验



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

项目执行—决策期 DSP + SEM



决策期 DSP+SEM：

在品牌比较阶段，精准定位目标用户，**拦截竞品消费者**

转化：SEM提供试驾鼓励，拦截试驾人群并推动其决策



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, CHINA UNIVERSITY OF MEDIA & COMMUNICATIONS
用管理论释成功 借传媒改变世界

项目执行—转化期 无线品专

转化期 无线品专：
对于核心潜在消费者，在**第一入口**高效转化。



活动转化期 ——无线品专

对于核心潜在消费者
在第一入口高效转化

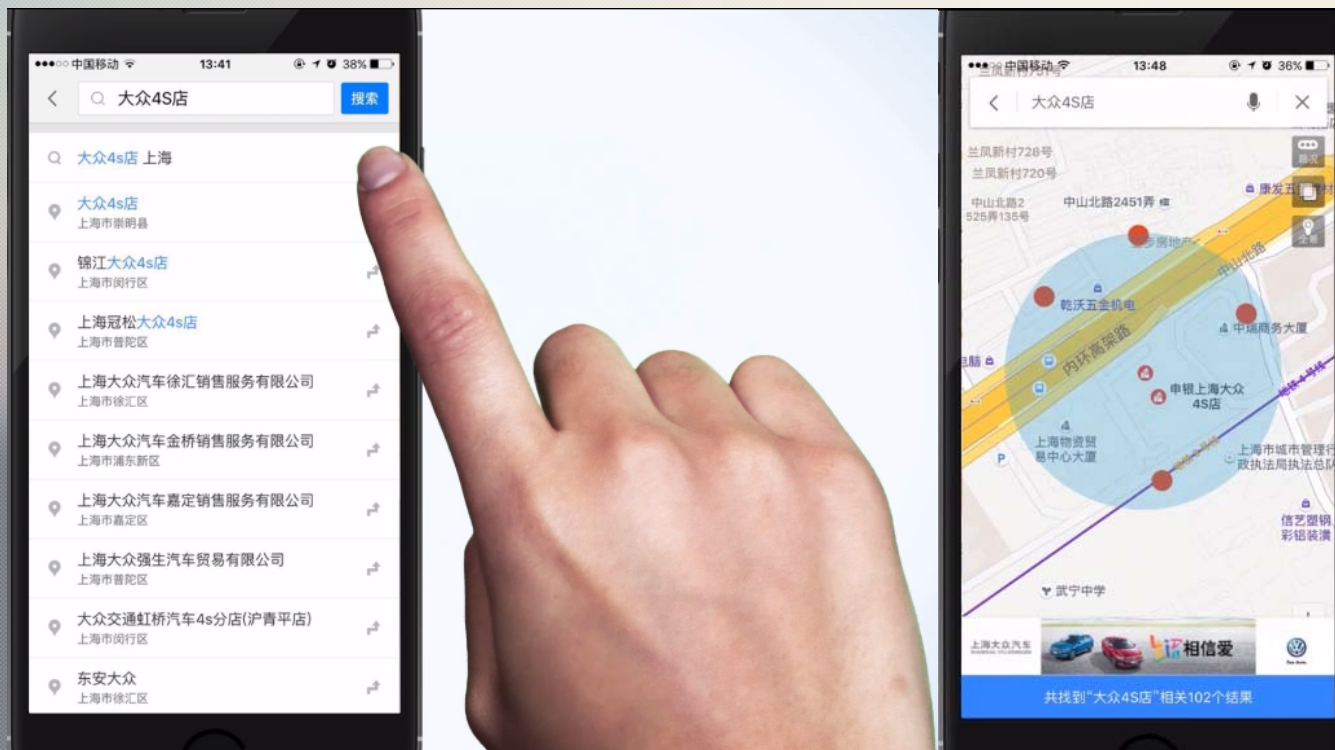


Baidu 认证
成就互联网营销英才



清华大学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—转化期 DSP -LBS

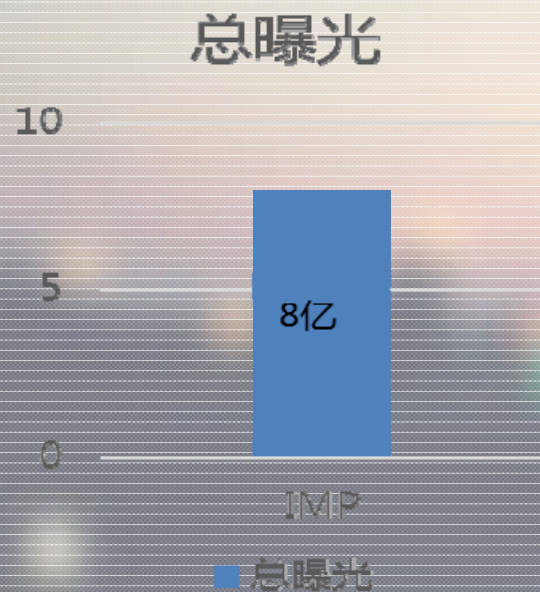


转化期 DSP-LBS：
百度DSP通过LBS精准定向，**贯穿目标人群生活和购买决策场景**，于决策阶段有效覆盖试驾人群。



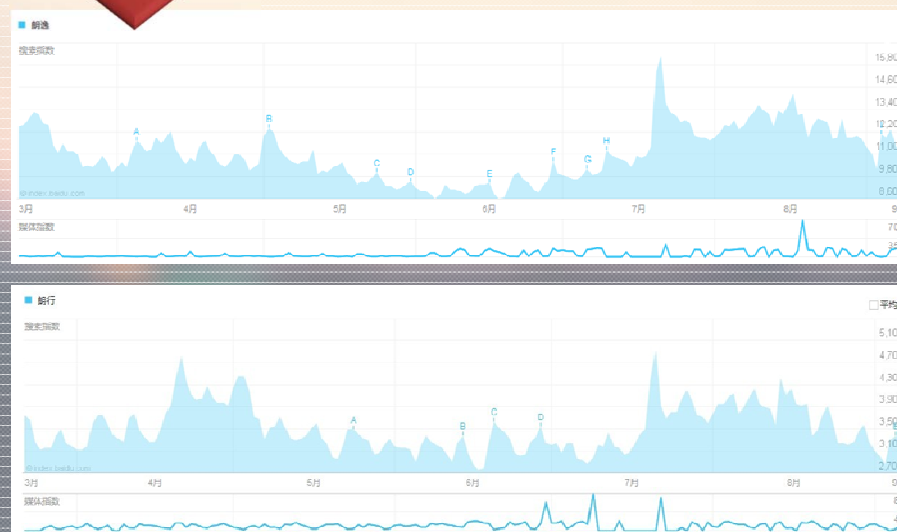
效果评估

项目期间，总曝光**8亿**，平均每个试驾信息花费**106元**。



百度指数 效果

较朗逸家族上市前，**百度指数**直线上升，朗逸提升了**31%** 朗行提升了**27%**



Baidu 认证
成就互联网营销精英



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF CHINA
用管理理论成功 靠传媒改变世界

社会价值

百度为上海大众旗下车型新朗逸家族量身定制围绕用户购买决策全路径的全景场景营销，并精巧定制场景创意，成为百度“大数据场景营销”新模式的首个案例。



Das Auto.



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

结束语

该案例是为了配合**上海大众Lavida家族新车上市**所制定的从品牌到效果的投放计划，在百度大数据层面进行场景化营销的方案实施。

最初朗逸所**面临的问题**：

- ① 关注规模不足且份额呈下降趋势
- ② 仍有很大的竞品抢夺空间，
- ③ 在购买意向环节份额不足需加强转化。

通过场景化营销方案，**基于用户不同决策阶段场景的营销实施策略**，在消费者的生活时刻和决策时刻都有全面的覆盖，利用人群识别策略，在潜伏期，品类了解，品牌了解，竞品比较以及购买意向和实施，五个阶段定位消费核心人群。

通过无线端的一夜成名，增加曝光量，提升知名度，同时在无线端和PC端利用DSP精准定向，拦截竞品词。多点触发投放策略，在认知和到点阶段吸引消费者，到最后的购买阶段促进转化。

最终，此次的营销策略达成了目标，**解决了朗逸家族最初的三大问题**，项目表现优越。



Baidu 认证
成就互联网营销精英



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



谢谢观看