



# 2017百度KA渠道新声音

代理商原生技能优化大赛





# “原”共振 “生” 营销

——人人贷百度信息流营销案例





# 目录

content

通过对百度信息流投放的不断  
优化和调整，目前人人贷理财  
客户已经成为金融理财行业百  
度信息流投放量级排名第一。



01 营销环境思考

02 媒体及客户用户环境洞察

03 人人贷信息流优化方案

04 项目效果评价

05 案例总结

# PART ONE

## 营销环境思考



竞争激烈

用户减少

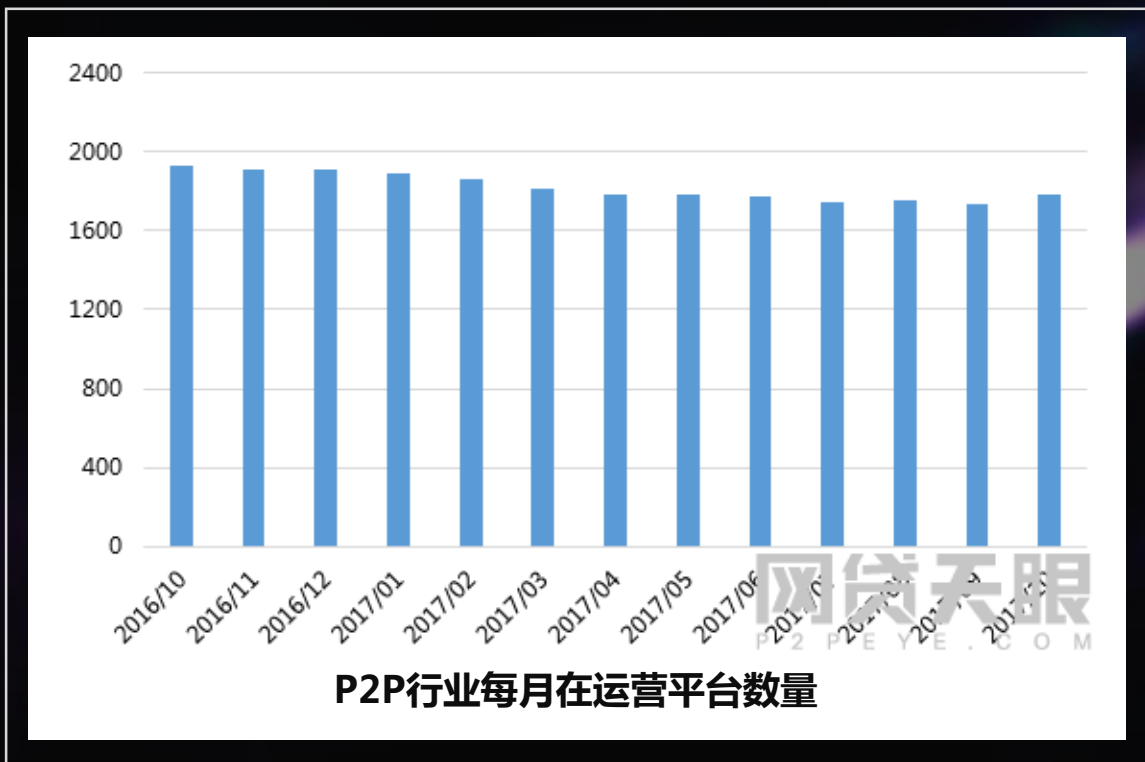
搜索成本直线上涨

# P2P行业难题

# 竞争环境

平台管理日趋严格 市场竞争愈加激烈

## P2P行业在运营平台数量



截止至2017年10月，P2P行业在运营平台数量为1779家，同比下降7.58%，自去年8月以来，已有超六成P2P平台被淘汰。

## P2P行业新增平台与新增问题平台对比

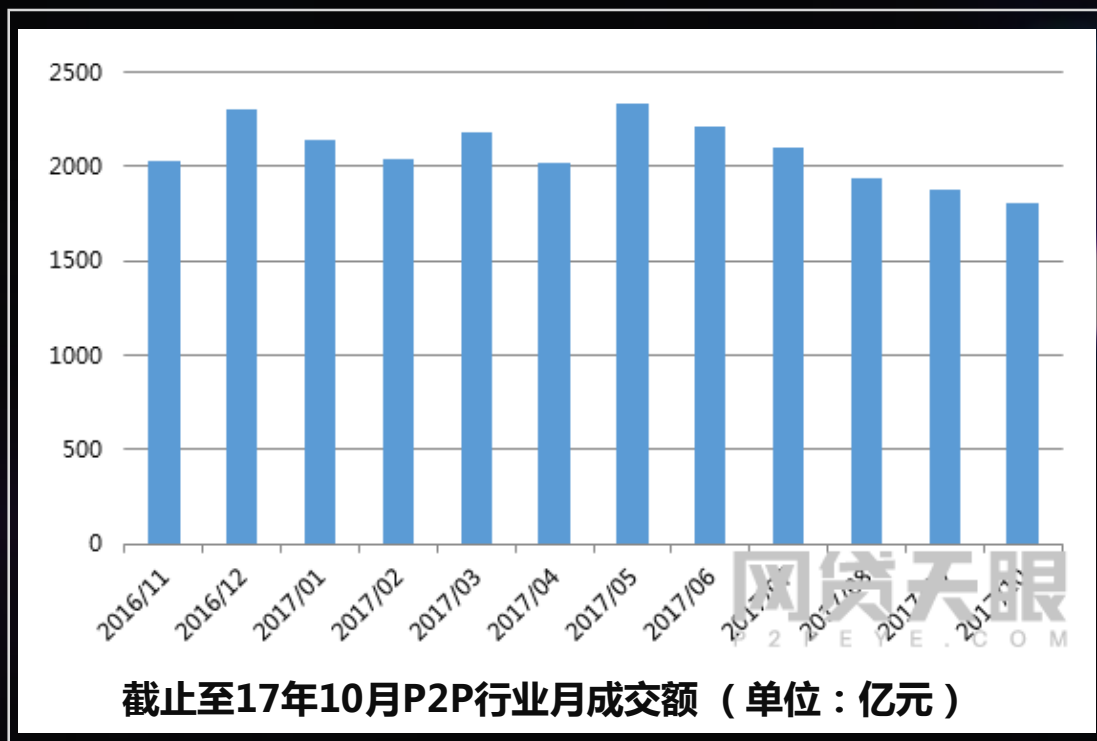


截止至2017年10月，全国新增问题平台80家，无新增平台，相比上月，新增问题平台环比下降33.88%。

# 竞争环境

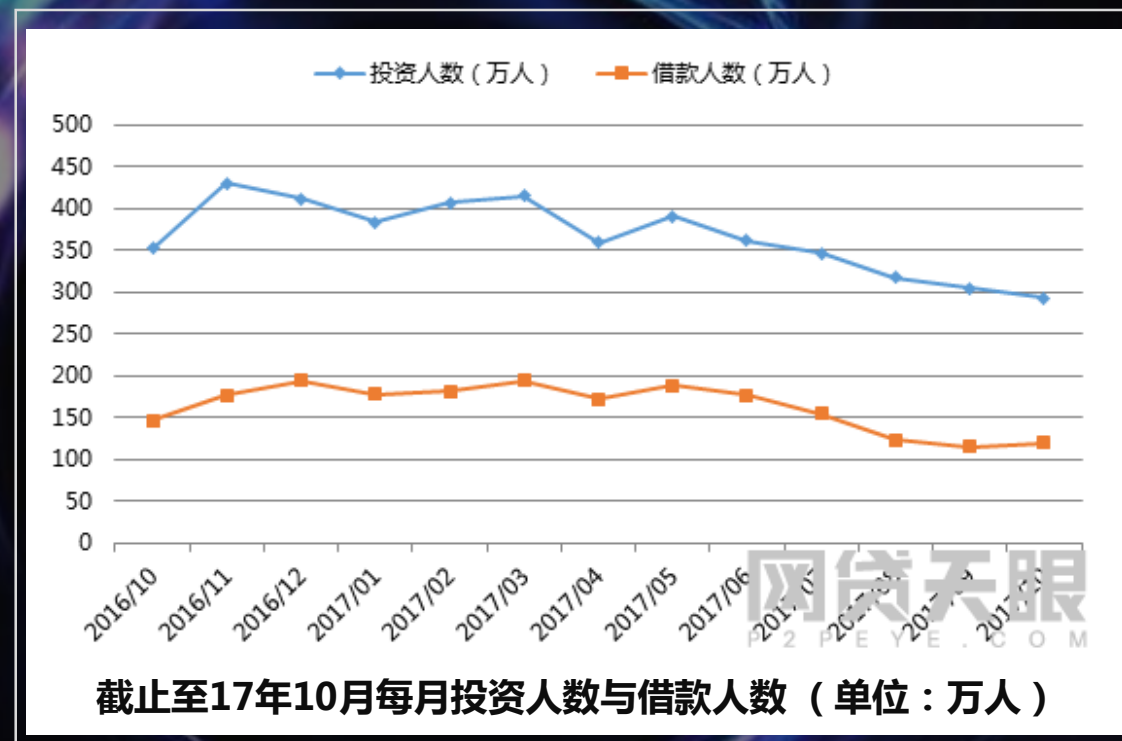
全民理财热度降低 用户流量竞争激烈

## P2P行业月成交额



截止至17年10月，P2P行业全国成交额环比下降4.07%，同比下降0.39%。自5月以来，成交额呈直线下降态势，已连降5个月，跌破去年同期水平。

## P2P行业用户数趋势



截止至17年10月，P2P行业的投资人数达292.67万人，本月投资人数环比下降3.90%，从近一年走势来看，投资人数呈波动下降趋势，与同期相比下降17.07%，且目前仍保持下降趋势。

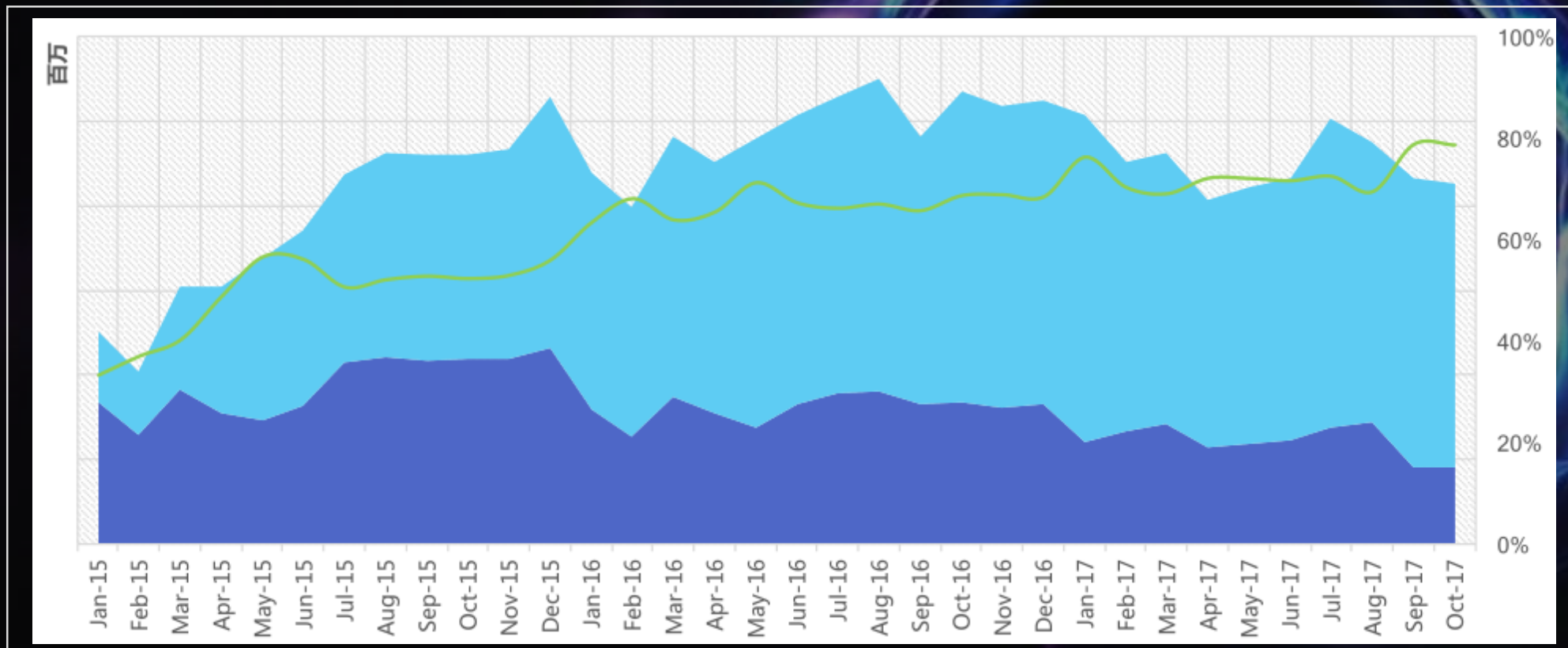


# 市场环境

P2P行业近两年流量比较稳定，整体市场趋近饱和

## P2P行业百度搜索概况

PC 无线 无线占比

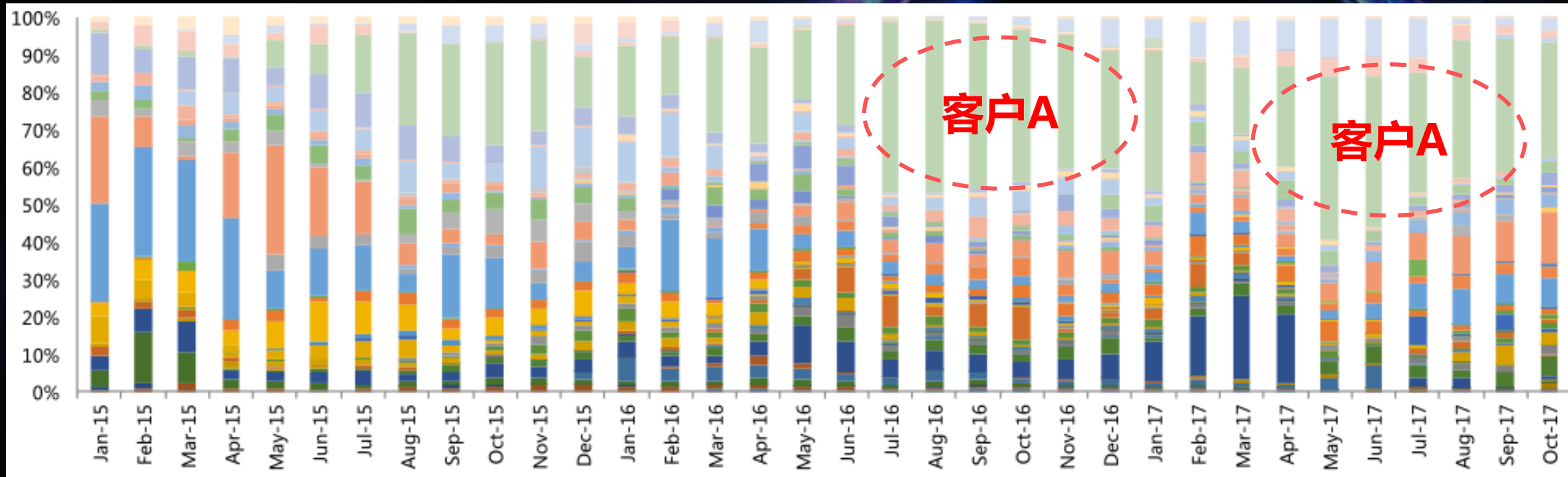




# 竞争环境

竞争激烈，媒体大部分流量头部竞品掌握

## 截止至2017年10月KA-P2P行业百度搜索推广占比



# 广告主诉求：要量，更要CPA！

## 营销需求

开拓新的推广渠道，挖掘更多的潜在用户。

## 营销目标

在保证新增用户数的同时，降低首投成本。



# PART TWO

## 媒体及客户用户环境洞察

成本上涨

竞争激烈

这样的市场环境  
人人贷该怎么做



# 精准锁定目标人群：人人贷用户洞察

用户以一、二线城市中等偏高收入群体为主 具有理财能力优势



男性占比77% 女性占比23%

31到35岁人群占比28% 36到40岁占比27%

月收入12K以上人群占比36%

## 人人贷理财用户人群

# 流量扩展：百度信息流媒体优势

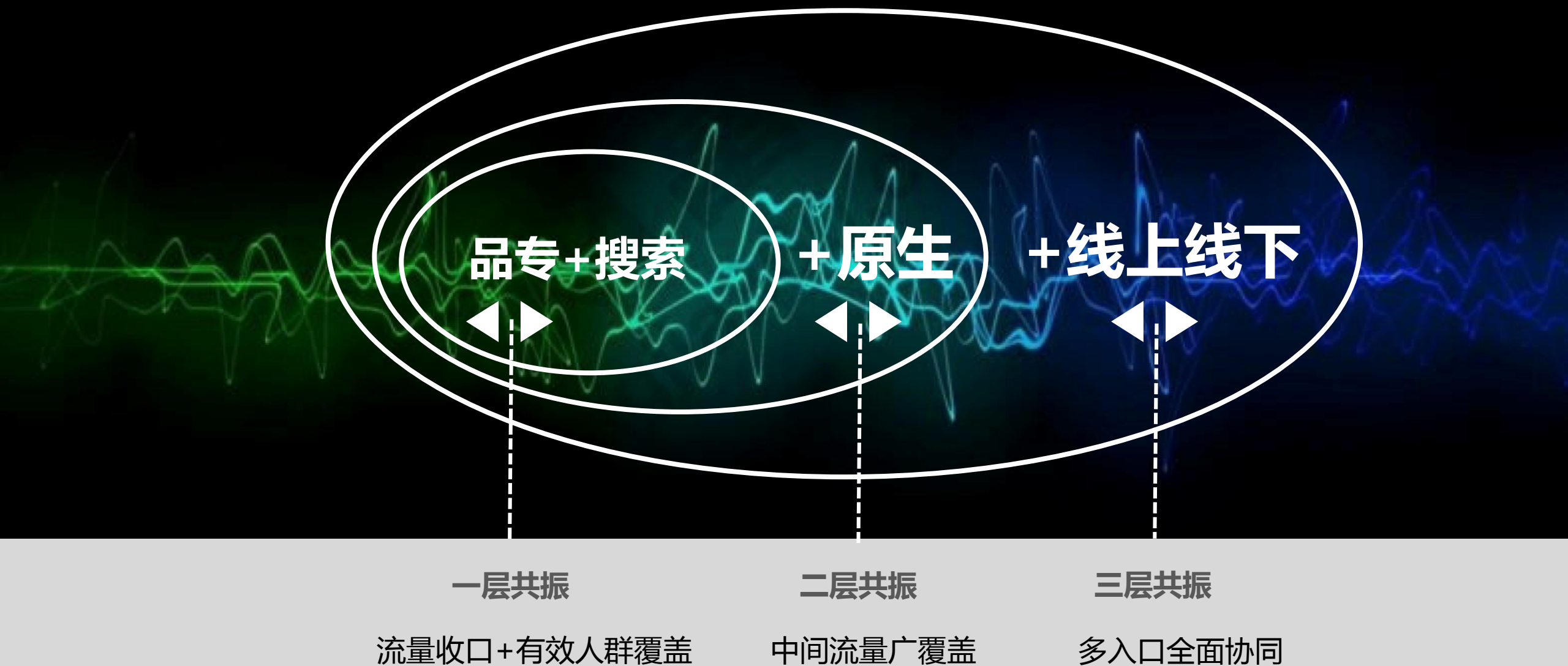
多端流量覆盖更广 双引擎智能驱动 投放更准确



千人千面！200万用户兴趣标签！



# 投放策略-四维全景共振模型



# PART THREE

## 人人贷信息流优化方案



# 三段七阶精细迭代

结构与素材不断匹配调整 为信息流优质投放打好基础



从结构开始，达到“质”与“量”的平衡

# 三段七阶精细迭代

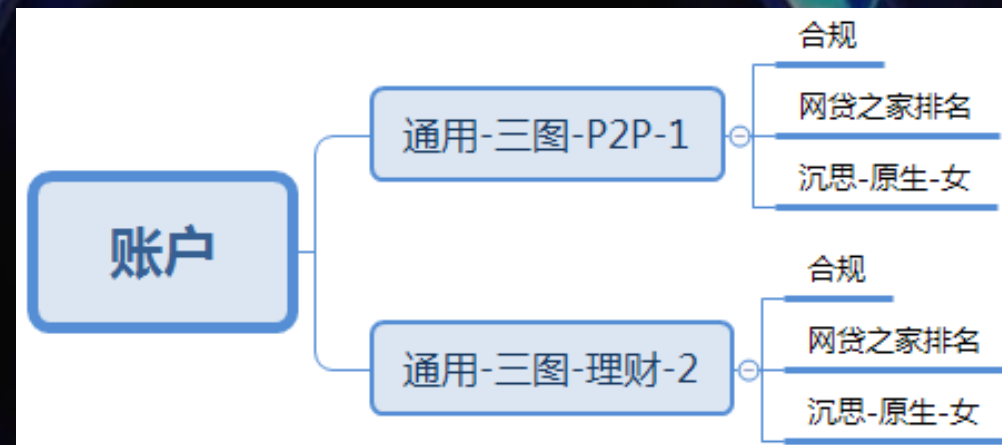
## 一段：账户结构优化调整

### 一阶：按意图词细分结构



按意图词细分单元，导致单元数量较多，加之信息流创意素材量大，导致操作量很大，影响了创意更新频率，同时难以扩量。

### 二阶：按人群+投放位置细分结构



以理财人群与投放位置建立计划，按照创意类型设置单元，便于后期创意过多时的批量管理，提高了工作效率，也使扩量得以实现。

# 三段七阶精细迭代

二段：与百度李叫兽团队合作成立信息流实验室-共同完善测试信息流工具

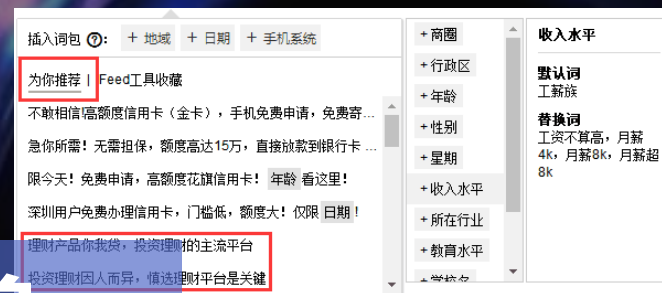
捕捉用户需求



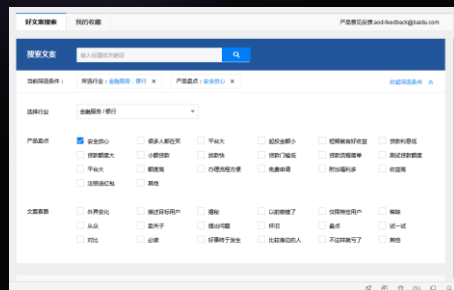
创意动态匹配



智能提词器



为你推荐



好文案搜索工具

李叫兽  
原生实验室



动态词包

注：定期与李叫兽团队进行月度会议交流，多频率反馈数据，保证优先使用创意新工具，让创意更优质！



# 三段七阶精细迭代

三段：精准人群测试创意 让内容更懂用户的心



三类精准人群

70%以上男性  
30岁以上为主  
月收入12K以上



四类  
有效场景

稳健理财类

场景类

社交类

归属类



进一步优化迭代

# 原生创意效果优化

数据说这样做的文案和图片更配——针对不同人群进行文案迭代测试

会赚钱,更要会理财.月月利息当零花!



会赚钱,更要会理财,月薪收入水平的人理财就爱选它!



月薪收入水平的人理财就选它, 闲钱存在这放心赚零花!



每月工资存人人贷, 月月利息当零花钱!



同事都把钱存这儿了, 每月利息就够零花钱!



#(收入水平)的小姐姐都把钱存这儿了, 每月利息就够零花钱!



7年品牌实力, 选择人人贷理财就是靠谱!



银行不会告诉你, 安全理财收益还可以这么高!



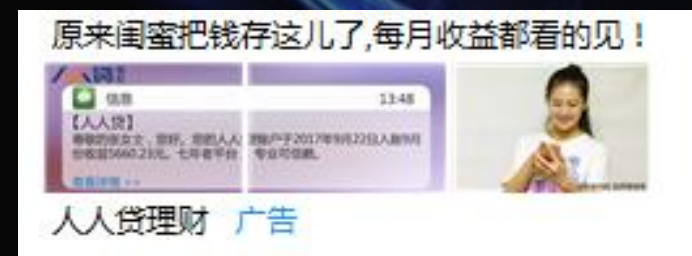
#(地域)人都把闲钱存这里, 预期年化利率10%, 安全放心!





# 原生创意效果优化

数据说这样做的文案和图片更配——针对不同人群进行图片迭代测试





# 原生创意共振优化

## 信息流物料品牌度十级划分

等级	划分标准	示例
1	无品牌露出，有行业暗示	存在这里的钱，每天看的到它的生长—10%预期年化利率，新手专享。 
2	无品牌露出，原生类场景植入暗示用户	收入水平的小姐姐都把钱存这儿了，每月利息，就够零花钱！ 
3	无品牌露出，文案及物料均体现出理财字样	同事上班玩儿游戏？会理财，每月安心坐享收益，不怕炒鱿鱼。 
4	有品牌LOGO露出+行业暗示	会赚钱，更要会理财，月月利息当零花！ 
5	有品牌LOGO露出，原生类场景但文案体现出理财字样	你每月工资都存哪儿了？偷偷告诉你，存这利息，就够零花钱！ 

等级	划分标准	示例
6	有品牌LOGO露出，文案及物料均体现出理财字样	隔壁老王把钱存这里，利息，已经买了一辆车！ 
7	有品牌LOGO+品牌名称+原生类文案	你每月工资都存哪儿了？放这利息，就够零花钱！ 
8	有品牌LOGO+品牌名称+产品特点	地域的银行员工都把钱存这儿了！享10%收益还安全！ 
9	有品牌LOGO+品牌名称+产品活动	日期 地域 新人限时专享，投资瓜分600万！ 
10	代言人&节目冠名纯品牌露出	人人贷理财，7年老平台！专业，靠谱！ 

# 原生创意与搜索共振度测试

品牌度+人群精准匹配

以品牌类人群为例，品牌度6级时注册量及共振效果最优。

隔壁老王把钱存这里,利息已经买了一辆车!



你每月工资都存哪儿了?放这利息就够零花钱!



日期 地域 新人限时专享,投资瓜分600万!



# 最终目标—广告效果及共振度双佳

不同人群对应不同品牌度创意 效果最优

## 品牌度6级最优

P2P火热降温，安全理财仍在继续。



人人贷理财 广告

## 品牌度8级最优

地域 的银行员工都把钱存这儿了!享10%收益还安全!



人人贷理财 广告

## 品牌度3级最优

土豪同事的秘密:每月工资存这里,利息就够零花钱!



人人贷理财 广告

## 品牌度4级最优

地域 人都把闲钱存这里,预期年化利率10%,安全放心!



人人贷理财 广告



品牌人群

竞品人群

通用人群

泛理财人群



品牌度



物料效果



共振度



原生广告以较低成本

帮助实现用户量快速增长，

共振优化后搜索转化率提升20%

**展示广告价值验证  
引发7周年活动**

# 百度媒体矩阵联动助力7周年活动宣传

# 人人贷七周年

# 稳健前行 不负众望



## 环环相扣 建立有效场景

# 7周年活动执行

环环相扣 建立有效场景 共振度更强



广告代言人配合客户电视剧贴片及见字如面冠名 全线爆发

预热期

百度视频

代言人

搜索相关创意

收尾期

Hao123名站

百度原生

爆发期

定制品专

华表



P2P理财 人人贷理财7周年庆 限时加息0.7% 送480元红包  
P2P理财 人人贷理财成立7周年, 限时加息0.7% 新手注册送480元红包, 预期年化11%, 人人贷理财AAA信用认证, 400万用户理财选择, 银行资金存管, 400万用户选择  
[www.renrendai.com](http://www.renrendai.com)



百度原生全程投放, 配合时间节点进行不同类型物料更迭, 持续放量, 提高曝光。





# PART FOUR

## 项目效果评价

# 效果评估

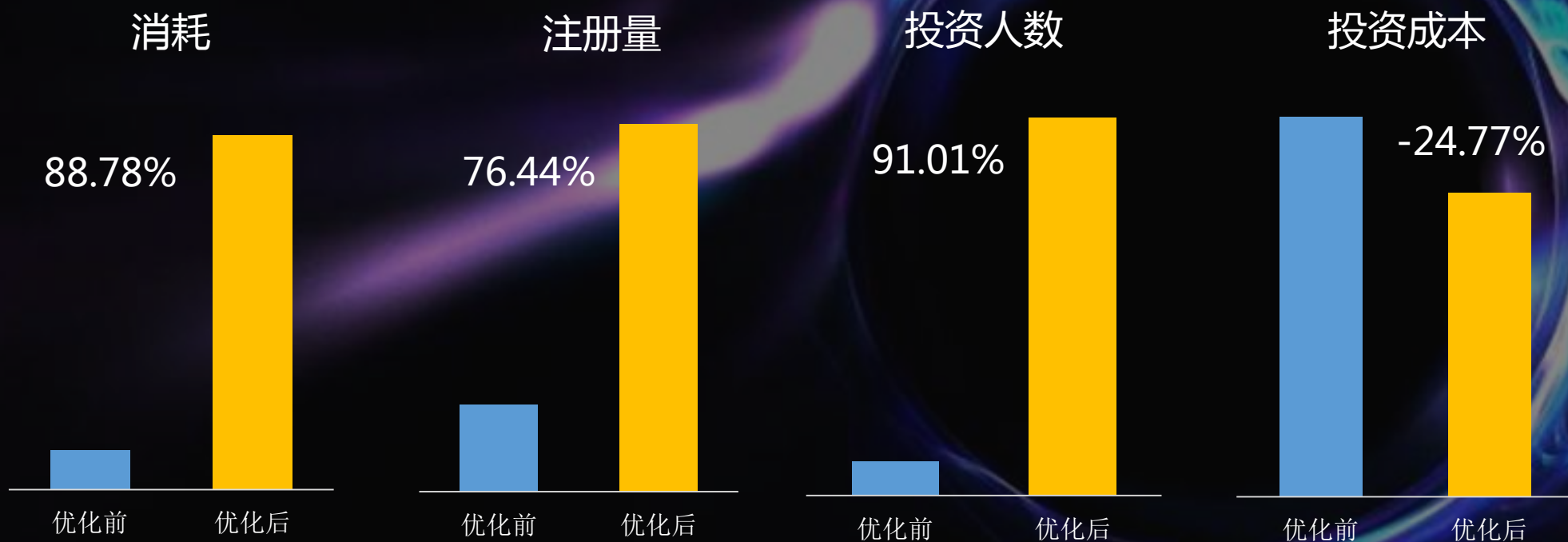
百度原生投放量级成为P2P行业TOP1

## P2P行业10月TOP客户原生CPC消费图



# 效果评估

## 人人贷百度原生效果提升前后对比

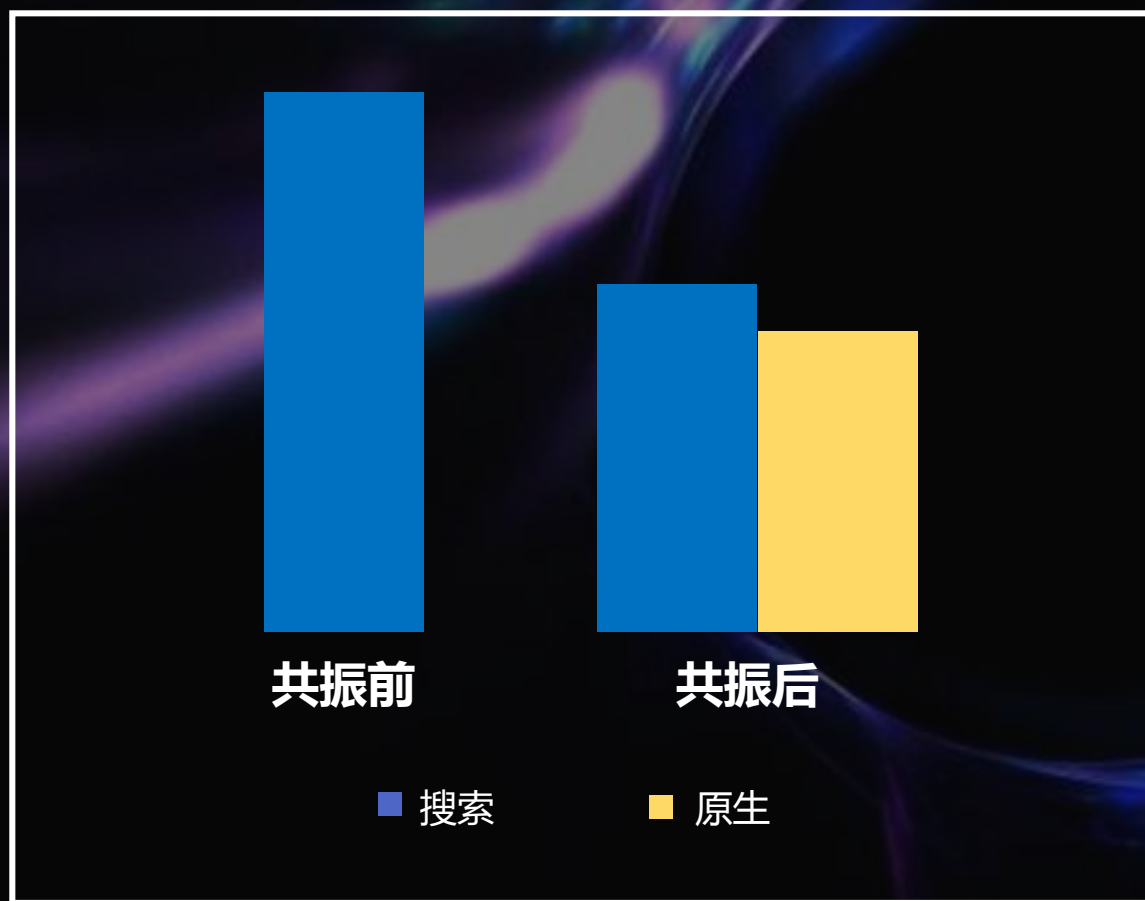




# 搜索与原生优化效果对比

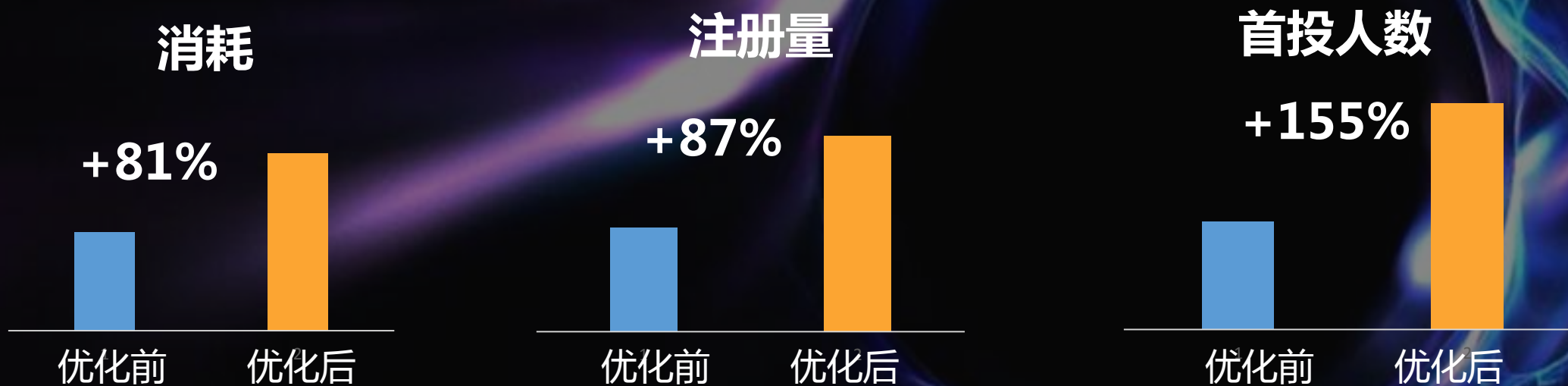
搜索广告成本下降20%，原生广告成本低于搜索。

## 共振前后成本对比



# 效果评估

客户七周年活动圆满结束，后端转化效果提升明显



# PART FIVE

## 案例总结



# 客户寄语

百度信息流是17年的黑马渠道，百度利用自身的搜索优势，在投放方式及人群上满足了效果客户的需求，使偏展示类的产品有了更好的效果转化；合作伙伴充分发挥自身多年积累的经验及稳扎稳打的服务精神，积极帮助企业与媒体建立快速流畅的沟通道路，帮助人人贷在百度信息流上快速实现0-1的突破，并在短时期内快速放大成果，使之成为人人贷今年又一重点渠道；百度信息流已经成为18年的重点渠道，感谢媒体的优质产品，感谢合作伙伴一年的奉献支持，希望18年百度信息流会成为品效结合的纽带，继续发光发热。

——人人贷市场负责人 曾莹

人人贷面临行业激烈**竞争**，行业用户量**下降**，现有精准渠道成本**上涨**等**三大难题**，又对用户量增长有着迫切的需求。

我们通过**三段七阶优化模型**（让账户结构配合高效运营，充分运用**百度李叫兽团队**提供的信息流工具实现用户需求的动态识别与精准匹配，逐步拓展四类人群，精细测试创意内容。），以较**低成本**帮助人人贷实现**原生渠道用户量快速增长**。

尤其是，**共振优化**后还带来了**搜索广告实现转化率显著提升**。**展示广告及品牌宣传价值充分验证**，进一步**引发人人贷7周年活动宣传**，**整合百度媒体矩阵及热播综艺娱乐资源**，全面引爆，带来整体线上广告效果的大幅提升。

**四维全景共振模型**所带来的营销**效果，远超人人贷预期！**

# 案例总结

百度更懂你 人人贷更懂理财

THANK YOU

