



原生助力 闪电出击

-- 奏响指尖购物狂欢曲

CONTENT



01

项目背景

02

营销洞察及策略

03

项目执行

04

结果与社会价值

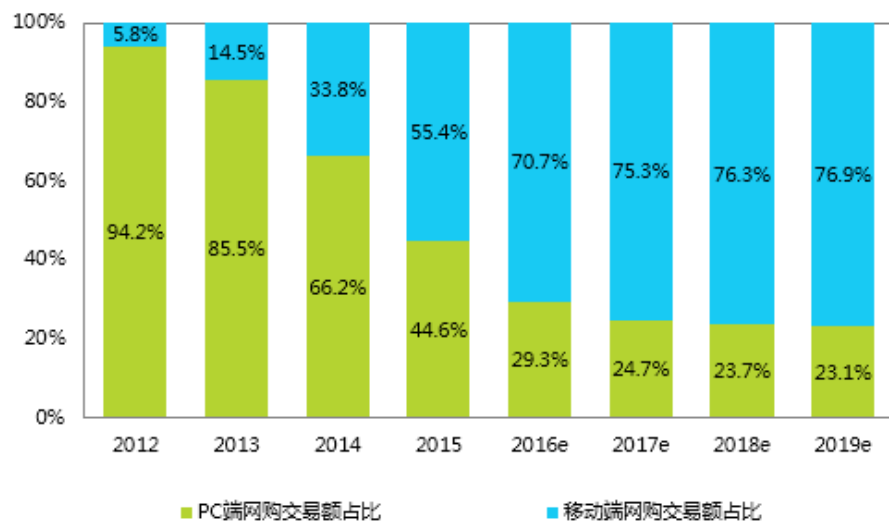


PART 1

项目背景

市场环境：垂直电商成为市场发展新的促进点

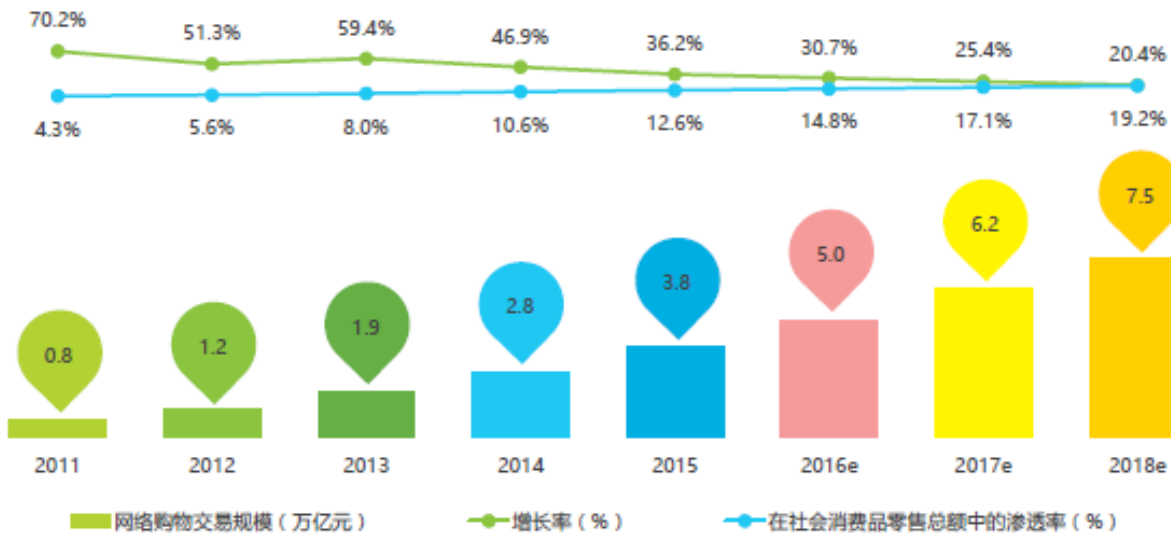
2012-2019年中国网购交易额PC端和移动端占比



移动端碎片化的特点及更加符合消费场景化的特性使用户不断向移动端转移

电商产品若要突出重围，势必要抢占移动端市场

2011-2018年中国网络购物市场交易规模



在综合电商格局已定的情况下，网络购物入口向内容类平台转移，跨境、垂直行业创业公司发展快速，成为市场发展新的促进点

垂直电商（折扣特卖、时尚买手等）在各细分市场突出重围

关于闪电降：一款限时特惠的APP



闪电降

好货好实惠

- 一款限时特惠电商APP，坚持只卖正品、只卖好货、只卖实惠，为消费者提供更多实惠优质的商品
- 平台销售服装饰、鞋包、配饰、数码等商品，国内外知名品牌超过3600家，用户规模超过4000万

百度强势导流，可快速提升闪电降品牌价值

电商平台

正品好货

限时降价

无忧退货

男女比7:3

广告主诉求及营销目标

激活量

- 激活成本不超过18元
- 无消耗上线

订单转化

- 订单成本不超过350元
- 无消耗上限

品牌价值

- 提升品牌知名度
- 树立品牌权威性
- 成为更受用户喜爱的日常购物工具



PART 2

营销洞察及策略

消费者洞察

人群界定

- 18-35岁
- 男性为主

地域

- 集中在北京、上海、山东、江苏、广东、辽宁、河南、浙江等地区

人群兴趣

- 服饰箱包、体育健身、房产、汽车、社交、生活服务、网络购物等兴趣偏好较高

人群画像

- 热爱美食
- 热爱工作
- 热爱音乐、旅游
- 品牌意识较强

媒介洞察-百度

■ 碎片化阅读趋势下移动端资讯阅读异军突起，传统媒体在用户媒体触点中逐渐丧失话语权

搜索意图

短期搜索行为
长期搜索历史
多模式浏览数据
多模式交易数据

人群属性

学历
性别
年龄
操作系统
网络环境

行为数据

到店数据
百度地图历史到访
位置数据
交易数据

兴趣爱好

用户兴趣
关注类目

关键词定向

搜过什么
看过什么
喜欢什么
买过什么
去过那里

百度大脑深挖全网数据，千人千面精准定向

挑战

品牌尚未建立生态传播体系

品牌认知度低

品牌喜好度和转化度低

闪电降对目标用户群模糊不清

产品+促销+活动+正品

百度强势活化销售机会

机会

垂直细分平台

优惠力度大

正品品质高

活动吸引力强

百度人群定向更加精准

整体投放策略

百度的优质用户量有助于快速提升
新兴电商平台闪电降的品牌竞争力

品牌知名度

结合产品特性，在人群覆盖度更加精准的情况下，增加曝光量，强化闪电降品牌认知度，扩大受众用户群

优化成本

创意素材经过两周会进入衰竭期
优化创意素材，优化激活成本，为提升整体订单量做好成本控制

转化量级

扩建账户计划、单元及创意，增量投放，增加整体量级扩展，获取更多潜在用户，增加消耗额，提升整体转化量级



PART 3

项目执行

从用户意图结合百度搜索技术获取精准用户

闪电降搭载百度，开启超级购物之旅，以 **用户意图** 为基础进行全面扩展，结合多维度的定向方式进行投放，结合百度大数据的搜索技术优势，为广告主带来更具针对性的目标用户



- ✓ 不同类型的文案测试
- ✓ 文案与不同素材配合测试



- ✓ 品类素材测试
- ✓ 爆款素材测试



- ✓ 通投测试+受众分析
- ✓ 使用智能定向功能

文案+素材+定向优化是重点



辅以多种定向测试

用户意图：明确用户搜索意图，以用户意图为基础搭建账户结构

关键词定向

- 品牌词
- 竞品词
- 通用词
- 长尾词

关键词测试

平均CTR



2%



1.5%

男鞋

运动鞋

跑步鞋

慢跑鞋

3%

跑步鞋推荐

什么样的跑步鞋舒服

4%

多账户
多计划
多定向组合
勤拓词+调整词包
满1000词

用户意图+品类：结合产品特性明确用户需求，快速提升CTR

多种品类测试，实测甄选



CTR:2.83%



CTR:3.62%



CTR:1.64%



CTR:2.51%

耐克、阿迪

等品牌更适合闪电降受众

鞋类

成为最好的品类

用户意图+文案：特征鲜明的文案提升曝光和转化

品质类创意（3.2%-4.5%）

- 别再穿地摊货了，这里的品牌鞋399两双！
- 朋友月薪3000，却天天穿名牌
- 别去专柜花冤枉钱了，这里的正品鞋 2折就能买到！
- 惊呆了！在这里正品男鞋才2折，快来！

突出优惠信息，肯定的语气及对比更能增加文案的信服力，吸引目标用户

运动鞋创意（2.5%-3.0%）

- 运动鞋新品发布，品质男鞋闪电降3折起！
- 品牌男鞋贵吗？来这里3折起！带回家！
- 特价正品运动鞋，399两双！手慢无！！
- 大降价啦！这里正品运动鞋2折限量够！

鞋类专场更符合闪电降品牌形象，如新品、限时抢购、男女鞋专场等可带来更多的曝光和转化

用户意图+定向：精准锁定受众

优化前

兴趣定向：不限
地域：北京、上海、山东、江苏、广东、辽宁、河南、浙江等地区

兴趣定向：不限
地域：北京、上海、山东、江苏、广东、辽宁、河南、浙江等地区

优化后

兴趣定向：
旅游出行、母婴儿童、医疗健康、生活服务、教育培训、科技数码
地域：一线城市

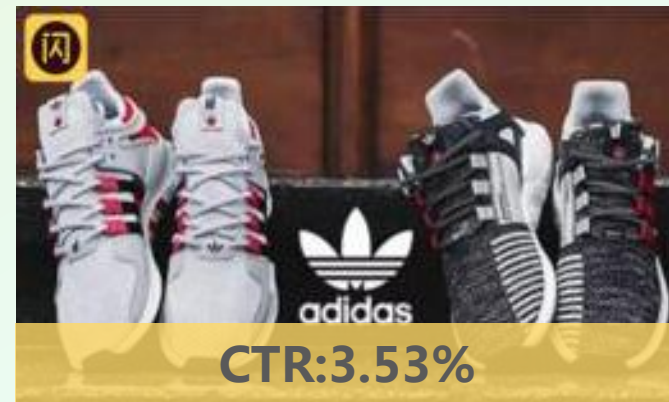
兴趣定向：
旅游出行、家装百货、生活服务、教育培训、科技数码
地域：二、三线城市

激活成本下降10%，订单成本下降25%，CTR增长0.7%

兴趣加地域结合，精准锁定受众用户

用户意图+素材：电商受众更偏爱原生素材

大图



大图样式点击率最高，高清、精美的画面更吸引受众用户的目光，视觉冲击力更强

组图



组图样式的订单转化率更高，产品的颗粒度细节展示，目标指向性更为精准，更能引起受众用户的购买欲望

明确电商受众喜好：原生图片素材深受用户喜爱，点击率也会相对较高

用户意图+视频：用户需要更多产品信息



更多的信息量 更佳的用户体验

广告投放中，我们发现用户对视频类素材和图片类素材的需求点不同，视频点击的用户倾向了解更多关于产品的信息，更容易带来订单转化

用户意图+活动：以潮牌爆款、限时优惠吸睛

根据客户APP专场特价活动，不定期给客户推送打折信息，以用户兴趣圈定有潜力产生转化的网购用户



- 结合闪电降促销、专场特价、当季事件等活动增加投放，提升最终激活和订单转化
- 增建单元，放量投放，抢占更多资源，获取更多潜在用户
- 提升用户参与度，促进订单转化，提升品牌影响力

账户执行管理：7*24h持续优化



随时

- 根据数据表现随时调整价格、定向、标签、时段等
- 精准定位目标用户，优化成本，项目投放最优化



每小时

- 结合实时数据，及时优化调整
- 把控各项指标



每天

- 至少创意10-30条
- 新增5-10套素材
- 新增5-10条计划
- 保持素材新鲜度和吸引力

实时监控和调整是保证信息流投放最终效果的基础

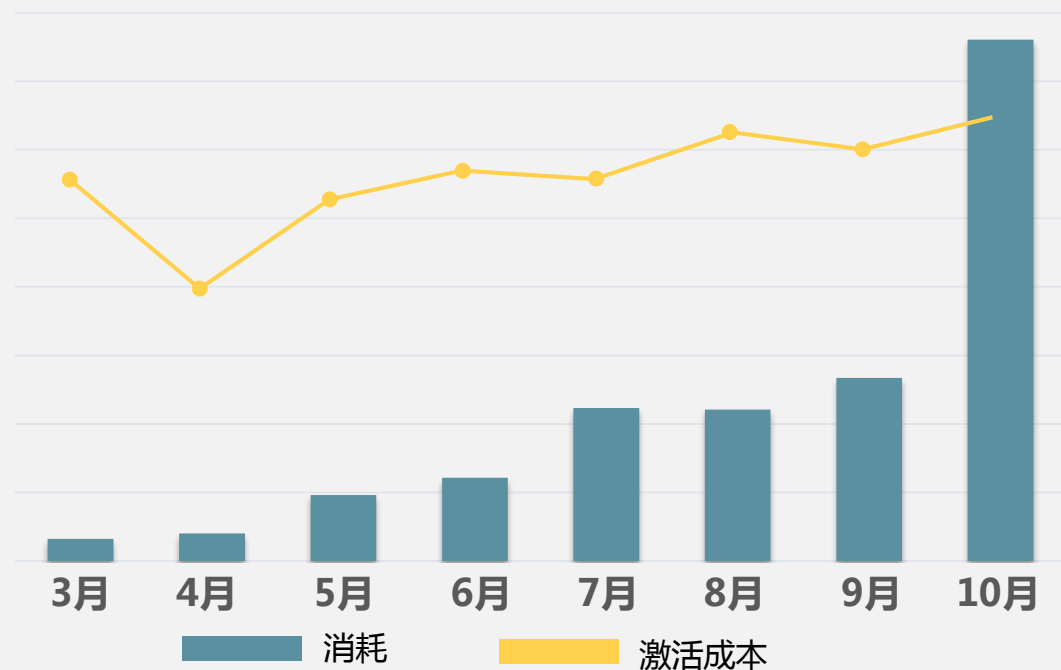


PART 4

结果和社会价值

投放效果：闪电降消耗及激活量增长显著

消耗增长23.7倍



激活量增长20.2倍



随着品牌知名度的提升，消费者对于产品的接受程度增加，也验证了投放策略的有效性，产品的下载激活量和订单转化显著提高，成本维持在可控范围内

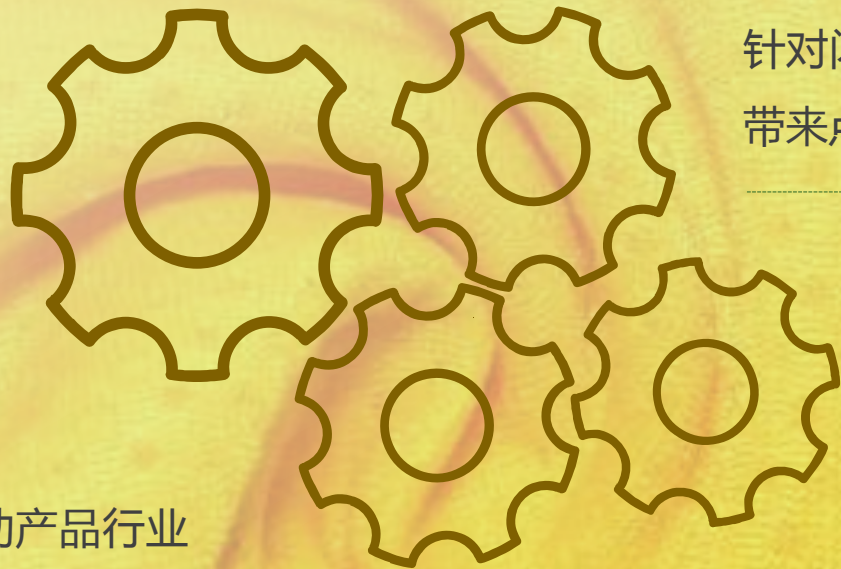
投放执行：深入细分功能，准确把握产品特性和用户需求

多账户运营

开户账户达7个，充分利用百度原生平台的高曝光、精准定向优势，大幅提高闪电降曝光量和品牌知名度

意图词定向方面

准确定义产品特性及用户需求，以运动产品行业相关的核心关键词，抓准用户意图及目标用户群



素材方面

针对闪电降用户特性，最直观的视觉冲击给用户带来点击欲望，或高颗粒度展示激发购买欲望

文案方面

找准切入点，以新品、活动等配以肯定或对比的语气增加信服力

投放总结：超额完成客户的量化考核

品牌知名度的提高和用户触达的精准度，
极大的增加了后期的转化和订单量，同时也争取了更大的营销目标



依托百度强势导流快速提升产品曝光量和品牌知名度，为后期创造更多的转化及订单打下基础



深入挖掘分析产品投放特性，多方向深度测试，为闪电降挖掘更多网购用户人群，培养更多潜在新客



曝光量：4.3亿次

点击量：1444万次

激活量：22万次

谢谢欣赏

