

意大利咖啡天猫双十一大数据人工智能整合营销

广告主：意利咖啡

所属行业：快消

执行时间：2019.11.09-11.13

参选类别：智能营销类

营销背景

Illy（意利）咖啡采用 100% 上选阿拉比卡 Arabica 咖啡豆所调配出独特香醇的风味。Illy 咖啡在意大利是饭店、餐馆和酒馆等业界所使用的第一品牌，有 7.5% 的市场占有率；而在家用市场方面则占 30.3%。每一天，光在意大利就卖出 300 万杯 illy 咖啡 (illycaffè)，全球则卖出惊人的 600 多万杯。

但是在国内，当前民众对于 Illy（意利）咖啡的关注度较弱，然而市场需求火热，Illy（意利）咖啡需进一步加强品牌认知以应对激烈竞争。本次营销难点在于因咖啡是快消品，如何在广大受众中寻找胶囊咖啡需求人群以及胶囊咖啡机需求人群，将目标受众引流至天猫旗舰店进行双十一精准营销。

营销目标

- 1、提升 Illy（意利）咖啡产品在市场上的知名度。
- 2、拉动广告投放点击的转换率。
- 3、提升天猫旗舰店的 PV 量，促进受众购买。



策略与创意

1、自定义 E-DMP 标签：亿广 E-DMP 负责快速收集、整合、管理、分析和使用海量数据，达到精准化定位和优化营销工作的目的。所有数据经过数据剥离实现了用户画像信息分层机制，从而帮助广告主更精准获得潜在目标人群。

2、独有第三方数据-全面洞察用户：为品牌定制千人千面的投放人群，精准获取用户的品牌消费和线下消费信息。

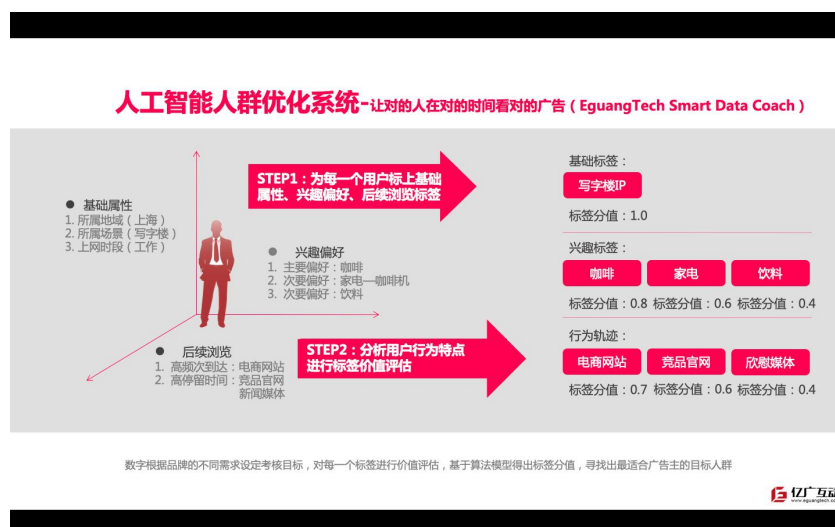
①通过独有退运险数据，剔除近一个月内购买过胶囊咖啡产品人群

②筛选三个月前购买过胶囊咖啡产品人群

③快速定位竞品信息，精准化获取目标受众



3、人工智能人群优化系统-让对的人在对的时间看对的广告 (EguangTech Smart Data Coach)：独家标签智能打分系统，可以更精准得帮助广告主找出潜在目标受众，采用自定义标签分值打分系统，产生独有的人群包进行后续投放。



执行过程/媒体表现

- 1、重点年龄段：25-35 岁女性人群。
- 2、重点行业、广告传媒和医疗行业。
- 3、重点兴趣标签：生活时尚、旅游、美食和美容美妆。
- 4、建议的媒体形式：信息流为主，开屏，banner 为辅
- 5、建议的媒体类型：女性时尚类和生活工具，新闻。

媒体投放策略

Media strategy

基于**双十一购物**触媒偏好，重点投放**时尚交友、生活工具、音乐娱乐视频、新闻资讯等媒体**，提升品牌曝光效率，吸引用户登录illy天猫旗舰店进一步了解品牌信息，从而促进用户在线销量转化。

媒体策略

阶段1 白名单+通投	优质白名单媒体资源，提高曝光效率 媒体类型：时尚交友、生活工具、新闻资讯、健康运动、学习阅读为主	示例：  她刊 有道词典 腾讯视频 悦动圈
阶段2 优化	加大信息流类媒体投放占比，优化偏好媒体 媒体类型：新闻资讯、女性时尚、生活工具、健康运动、学习阅读，增加音乐、娱乐视频	示例：  美芽 大姨妈 每日瑜伽 人人视频
阶段3 拓展	拓展媒体资源类型，以覆盖更多目标用户 媒体类型：新闻资讯、女性时尚、生活工具、健康运动、学习阅读，增加旅游出行等媒体	示例：  荔枝 黄油相机 爱豆 12306

投放创意展示

Creative Display

通过在创意上突出优惠力度，以及产品信息，吸引更多的双十一购物爱好者去关注illy品牌及商品，促进转化效果。



双11狂欢节
¥62/套
买2套 立减50元
赠黄糖5条 立即购买



源自意大利
做自己的咖啡师
热销100万杯 双11狂欢中



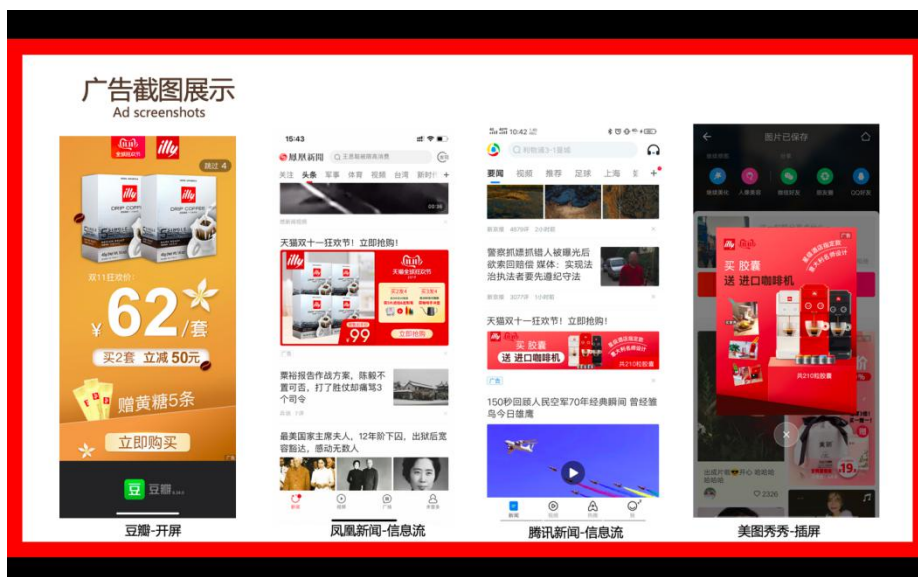
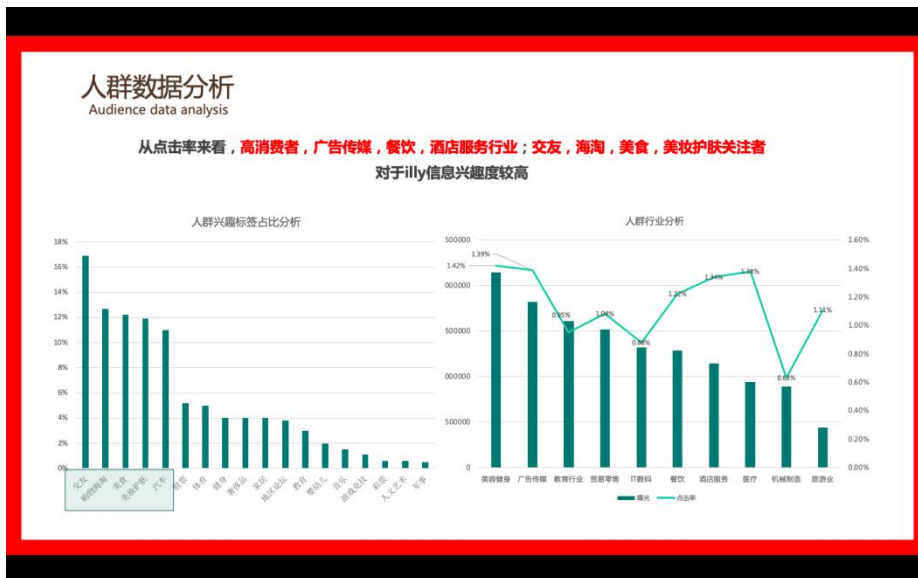
买胶囊 送进口咖啡机
共210粒胶囊



买2发4 赠1000粒咖啡胶囊
买3发4 赠1000粒咖啡胶囊
¥99 立即抢购

营销效果与市场反馈

本次活动推广顺利，各项 KPI 指标均超额完成，活动期间配合策略优化，调整媒体及人群，平均点击率达到 1.25%，总曝光量：9408948 次，点击量：117614 次，KPI 完成率：100.7%。



结束语：

鉴于此次表现优异，广告主在双 12 期间继续选择亿广进行了双 12 智能营销，再次取得了骄人成绩！

项目背景回顾

Background Review

通过品牌曝光目标用户，引流至意利咖啡天猫旗舰店，并促进线上销售转化



推广内容：意利咖啡天猫旗舰店

推广时间：2019.12.11-2019.12.13

营销技术：消费大数据精准营销

广告形式：开屏、信息流

推广地区：全国

第三方监测：淘宝客