

智达品效通

参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

通过全网范围内收集多方数据，出具详细的 360 度人群画像，自定义各种 TA 人群组合，基于多种机器学习和深度学习算法的全面评估，形成覆盖全球 100 亿+移动端设备的全网人群数据基因库。

核心价值：

- 1、**高精度：**根据独家智能 AI 模型挖掘高价值受众，进行全网相似人群扩散，提升用户转化；
- 2、**多维度：**通过人群标签属性，覆盖全网精准人群包进行多渠道融合推广，差异化创意指引，形成千人千故事的营销推广闭环。
- 3、**全方位：**高频率反馈用户线上线下浏览足迹，实时推送精准信息，多渠道营销触达。一站式多渠道触点沟通，提升产品价值的同时全渠道数据连接，轻松读懂用户。

使用说明

根据客户营销活动目标确定目标人群。可通过洞察分析模块对一方人群进行群体画像，分析出通过标签选择，人群拓展或人群交并集创建目标人群。人群创建成功后，新建对应活动并填写对应的活动时间周期。然后在该活动下创建对应投放，分配对应的前置机和目标人群，设置人群优选方式和输出人群包数量级。投放创建成功后推送相关人群至客户前置机，客户通过接口在私有化环境中进行数据请求匹配。

应用范围

高净值受众转化；
品牌忠实客户召回；
线上线下全渠道用户激活；
多渠道受众回流再营销；

应用实例

1、项目概况

马牌轮胎 7 月促销活动（电商引流）；

2、项目亮点

MobTech 的行业数据分析师会基于种子用户线上线下行为数据，运用 AI 建模分析，对用户的消费行为、触媒习惯与应用偏好进行预测，识别对产品感兴趣的潜在用户群体，通过信息流广告等方式，对于潜在用户进行触达，促成最终转化。所有的营销环节数据形成回流反馈，实时迭代优化模型，持续改善模型效果。

3、洞察策略

有车人群的定向：有汽车保养 APP 行为、违章查询 APP 行为、线下 4S 店汽车养护等。

4、项目实施过程

- 1) 找到目标车主：根据线下+线上多维数据，找到目标车主人群；
- 2) 相似人群扩展：基于现有目标受众，通过 Look-alike 受众拓展技术，挖掘与高价值客群相似度较高的潜在用户；
- 3) 视频类 HERO App+高相关性媒体：选择视频类 HERO App+男性高相关性媒体，将广告传播给大量高质量目标车主；
- 4) 精准广告触达：程序化广告精准锁定目标人群，避免无用曝光。

5、项目效果及市场反馈

- 1) 整体点击排期完成率 140.57%，曝光完成率 126.87%；
- 2) 实际点击率 1.66%，实际 ROI-0.52。

排期整体日期：06.25-07.28

分媒体数据分析：整波投放中，汽车，新闻，视频三类媒体的点击量级较大，汽车类媒体的整体 CTR 最高，汽车类整波 CTR 为 1.82%；

分城市数据分析(TOP15)：投放地域重点定向一二线城市，北上广深总体量级占比 21.78%。TOP15 城市中 CTR 最高的城市为苏州市；

分素材数据分析：投放中，因“产品 1”“产品 2”“促销”三个素材 CTR 表现较好，故持续增加此三种素材量级比例，以优化后续效果；

分时段数据分析：广告投放时间设置在 8:00-23:00，8:00-10:00 整体 CTR 呈上升状态，中午及晚间整体 CTR 较高于上午时段；

分人群数据分析：“换胎权重高”人群包因 CTR 表现较好，投放中持续优化增量，周投放量级均较前周有所提升，最终整体占比 28.59%；

频次数据：整波投放，6 次频控内占比 99.45%。