

天猫618 x vivo – 联结，让营销更有智慧

广告主：天猫

所属行业：电商

执行时间：2019.06.01-06.18

参选类别：电商营销类

营销背景

2019年，天猫淘宝月活用户超过7亿。坐拥庞大的用户流量，如何在电商节点快速提升用户活跃度，成为品牌营增关键。

具备强生态关联的“手机”成为提升电商用户活跃度的核心战场。

营销目标

实现618期间用户活跃提升。

策略与创意

本次深度合作的核心关键词是“联结”。vivo联结多重资源形态，为阿里实现爆点节日的快速拉活。负一屏作为vivo手机媒体系统前置场景资源，是618项目的布局重点。天猫依托“即点即用，无需下载”的品牌快应用，快速打造负一屏能量矩阵，构建联结人与购物的超短链路。

执行过程/媒体表现

以快应用做为承载形式，即点即用的产品形态让启动更快人一步，作为超短链路的第一步。

开放众多专为阿里定制非标资源



系统级

- 首度开放vpush商业化合作
- 首度开放负一屏合作
- 首度尝试Jovi向负一屏导流功能
- 首度开放搜索功能，品牌大卡全新型态

应用级

- 首次开放动态人偶合作
- 首次开放天猫人偶可点能力

Jovi 语音打通负一屏场景，热门语音口令引流负一屏，形成强交互型态；

覆盖 vivo 全场景资源，19 种广告形式一键唤端，直入阿里巴巴相关端内活动页面，大大缩短用户购买路径，提升超量级阿里用户活跃度。

天猫618大促-Top素材

开屏 点击率最高达9.19% 开屏 点击率最高达8.65%

天气详情页banner 点击率3.51%

天猫理想生活狂欢季
潮酷数码好货
领券最低减200
手慢无

天气详情页banner 点击率3.12%

天猫 TMALL.COM

天猫618大促-Top素材

推荐第四位 点击率0.83%

文案：红包金额堪比双11，2亿红包抢不停！不玩虚的！

推荐第四位 点击率0.84%

文案：家电领券立减500，太便宜啦！买了买了！

天猫 TMALL.COM

营销效果与市场反馈

通过联结多种资源形态，vivo 打造活性运营闭环，传播周期内汇聚 33 亿+曝光量，5177 万+点击量，用户 21 亿次打开天猫手淘 app，助力天猫手淘焕发勃勃生机。得益于移动端的强大势能，2019 天猫 618 一小时成交即超过去年全天业绩，再创“体量最大、增速却更快”的商业奇迹。