

## 洋河冬日梦想年礼

广告主：洋河

所属行业：酒水饮料

执行时间：2019.12.09-12.12

参选类别：移动营销类-展示类

### 营销背景

春节是中国人一年中最重要的节日，春节返乡也是亿万游子在春节期间必不可少的群体性行为，而今年春节带什么回家也是游子们每年这个时刻最难以选择的问题。对于全国领先的白酒企业洋河来说，如何洞察和迎合用户在春节期间的消费痛点和需求，如何精准和巧妙的触达目标用户，是洋河在春节营销中心面临的最大问题。



### 营销目标

**目标受众：**年龄在 25-45 岁之间，是家庭消费的主要决策者，在外工作或生活，有返乡购买年货的刚需人群。

**营销目标：**精准找到有购买年货需求的目标用户，向目标人群传达出洋河在春节期间的促销活动信息，提升洋河在春节营销中的品牌曝光度。



营销目标

- 精准找到有购买年货需求的目标用户
- 向目标人群传达洋河在春节期间的促销活动信息
- 提升洋河在春节营销中的品牌曝光度

目标受众特征



中青年群体

年龄在25-45岁之间



家庭消费决策者

主导家庭日常消费决策



年货刚需人群

在外工作或生活，有返乡购买年货需求

## 策略与创新

### 洞察：

目标用户作为家庭消费的主要决策者，在做出购物决策前往往会进行谨慎的思考和论证，春节购物中，往往会参照同事或朋友等周围消费者的购买行为，询求他们的建议或主动搜索相关攻略。同时，搜狗输入法是目标用户群体使用的核心输入法，能够精准洞察到用户征询和搜索过程。

### 核心创意：

借助搜狗输入法掌握的用户大数据，精准定位到有着购买年货需求的目标用户人群，在用户向他人征询意见或搜索的过程中为其提供洋河的“梦享年礼金”活动信息。

## 执行过程/媒体表现

### 1、打造品牌智能卡片，关键词精准定位春节返乡游子

以搜狗输入法、搜狗浏览器为主要渠道，根据用户输入关键字、浏览历史，挖掘用户需求。通过输入关键词主动触发的“智能卡片广告”，以短时间、低成本、的方式达成与受众的直接互动，帮助洋河直接定位到春节返乡游子。当用户输入“春节回家”、“春节放假”、“洋河”、“送礼”等相关关键词时，便会第一时间激活智能卡片，点击跳转进入落地页，目标用户可进入洋河梦想年礼金的相关活动页面，领取春节期间的购物优惠。

## 根据用户输入关键字、浏览历史，挖掘用户需求



当用户输入“春节回家”、“春节放假”、“洋河”、“送礼”等相关关键词时，第一时间激活智能卡片

## 2、读懂用户心理，根据用户痛点针对性推送

通过用户输入行为大数据，精准定位到目标用户群体的痛点需求，当用户提及洋河旗下不同品类产品，如“海之蓝”、“天之蓝”或“梦之蓝”等产品时，或者用户输入“绵柔”、“浓香型”、“清香型”等不同的白酒类型关键词时，会针对用户需求激活不同的智能卡片，满足其不同的痛点需求，大大提升用户购买转化率。

## 用户输入行为大数据精准捕捉到目标用户痛点需求



当用户输入“天之蓝”，触发与天之蓝相关的智能卡片，针对性推送相关产品

当用户输入“绵柔型”，触发与天之蓝相关的智能卡片，针对性推送相关产品

## 营销效果与市场反馈

搜狗输入法智能推荐与大数据媒介组合，实现了对洋河目标用户日常活跃的社交场景、资讯场景的深度覆盖和渗透，精准识别到目标用户群体，使得洋河的相关品牌信息得到极大程度曝光，Mini 智能卡片曝光量达到 2200 万，品牌点击量达到 120 万。精准的广告触达也实现用户输入-触发-查看-下单的路径传播，缩短用户决策周期，将洋河的广告信息与受众需求相结合，引流落地页领取相关产品优惠券超过 5000+ 人次。