

信息接收双渠道出击，阿里助力 VIP 陪练激活5倍转化增长

广告主：VIP 陪练
 所属行业：教育
 执行时间：2019.07-09
 参选类别：智能营销类

营销背景

VIP 陪练致力于音乐教育+互联网的探索，专注为 5-16 岁青少年提供专业在线钢琴、小提琴等一对一陪练。由知名钢琴家朗朗代言，具有一定的明星效应加持及品牌影响力。

- 1、在线教育市场规模增长迅速，在线教育用户以每年近 20%增速增长。
- 2、经济水平提升及二胎政策放开，少儿艺术培训市场红利期到来。

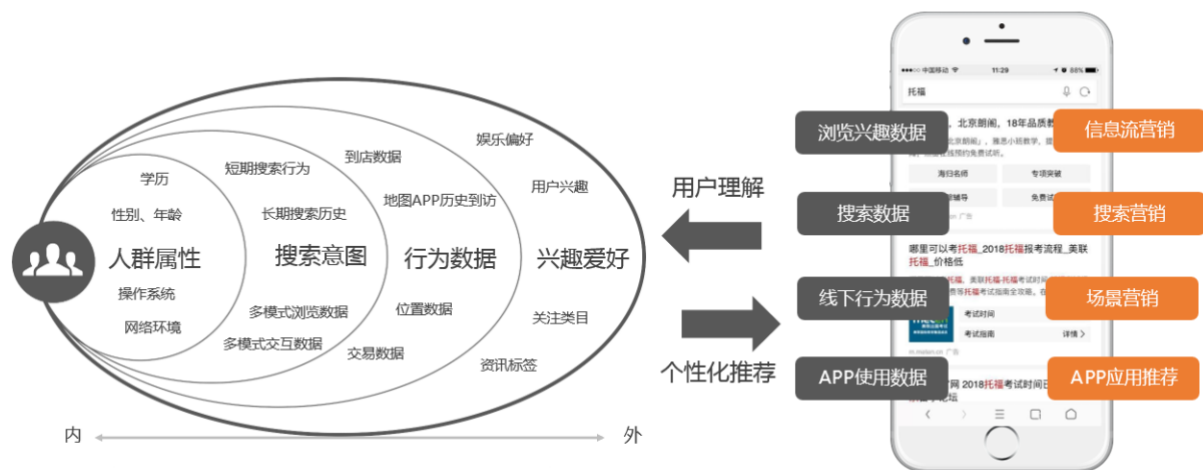
营销目标

抓住发展红利期，增加有效用户咨询量与订单量，大幅提高转化率，降低转化成本，在市场上掌握更多主动权。

策略与创意

一、四重人群核心+三重算法精准实现“精智化”内容传播。

一线城市，中高等消费人群是主力；关注少儿培训同时也关注资讯、教育、书籍阅读等；通过理解人群属性、搜索意图、行为数据及兴趣爱好四重核心积累沉淀数据，Xbrain 智能 AI 算法实现精准标记+精准抓取+精准预测，提升内容精准度与传播智能化。



二、信息接收全路径覆盖+立足需求本质打造高效触劝营销解决方案。

- 1、移动信息重点渠道**搜索+信息流**路径整合。
- 2、从用户广告接收过程出发，判断用户行为动机，通过搜索+信息流双重出击，制定全链路沟通策略。
- 3、**细分人群+细分需求+原生高效触动**，逐步引导各阶段人群均有明确意向与需求。

针对**不同行为阶段制定针对性沟通策略**，找到人锁定人，给“对的人”传递“对的信息”，在各个环节埋下品牌营销信息的浅层记忆，从“**有感知**”到“**有好感**”再到**成功决策**，实现高效营销。

- 1、**在受众感知营销信息阶段**：通过搜索+信息流组合营销进行受众全面覆盖，实现营销信息的主动接收与非主动触达。
- 2、**在受众接收吸纳营销信息阶段**：通过产品特性深挖与精准用户匹配，进行搜索信息流双渠道精准投放，提升广告接收效率。制造产品记忆，逐步提升好感度。
- 3、**在受众决策的关键环节**：精准定位目标人群，根据不同人群核心需求痛点与关注点，进行“点对点信息击破”，引导受众“**态度转变**”，将**产品信息转化成受众生活场景中的最佳解决方案**，化**营销信息为帮助性信息**，打动受众进而促成决策行为。
- 4、在最终决策阶段：进行各环节全链路数据沉淀回传，指导二次营销针对性投放，再次触发需求场景，引导“**态度转变**”打动受众，进而促单。



- ① 明确需求阶段下→针对目标人群影响→以服务品质打动 TA。
- ② 需求模糊阶段下→针对潜在人群引导→以需求引导及触动唤醒 TA。
- ③ 其他需求阶段下→针对品牌泛人群打动→以兴趣吸引触发 TA。



执行过程/媒体表现

1、搜索营销——分产品、词性搭建科学账户结构，围绕关键词、质量、排名、创意、相关性及落地页六大维度优化部署；进行多样式投放选择，不同关键词匹配不同落地页提高转化，以不同产品的差异化投放抢占流量先机，覆盖潜在用户。



VIP陪练-一对一辅导，让孩子爱上练琴

VIP陪练，"VIP陪练"匹配不同程度的老师，一对一服务，全程解答各种练琴问题。

乐器选择：钢琴陪练 · 古筝陪练 · 提琴陪练

教学优势：优质师资 · 自由上课 · 效果跟进

上课流程：注册领取 · 安排预约 · 在线上课

mobile.peilian.com 广告

满足多重产品展示的样式投放，提升用户触达广度，精准获取海量用户

黄金地带样式

钢琴陪练-VIP陪练-真人视频陪练!

钢琴陪练，通过真人在线1对1陪练，解决错音，节奏不对，无人指导等一系列练琴问题；主课老师能清晰了解学生...

钢琴陪练 详情 >

小提琴陪练 详情 >

mobile.peilian.com 广告

针对不同用户关注点，利用图文双子链样式，增加用户接触度，提升用户点击率与后续转化能力

图文双子链样式

钢琴陪练-VIP一对一真人在线陪练!

专注于为5-16岁少儿提供在线陪练，老师均来自全国知名音乐学院，丰富的教学经验

钢琴陪练 · 古筝陪练 · 提琴陪练

VIP陪练 享受高品质在线练琴体验 让每一次练琴都有价值

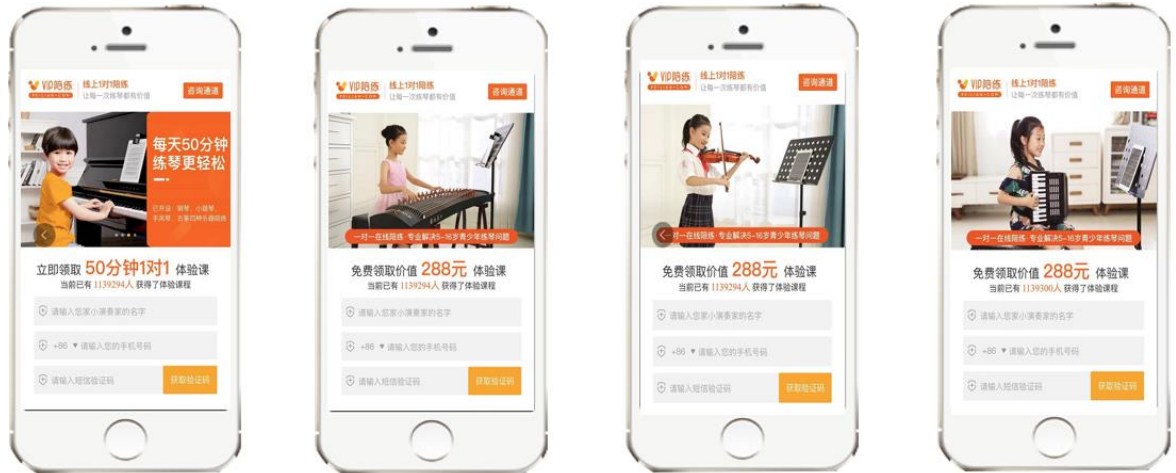
mobile.peilian.com 广告

针对核心用户，利用星云横幅样式，增加用户对品牌认知度

星云横幅样式

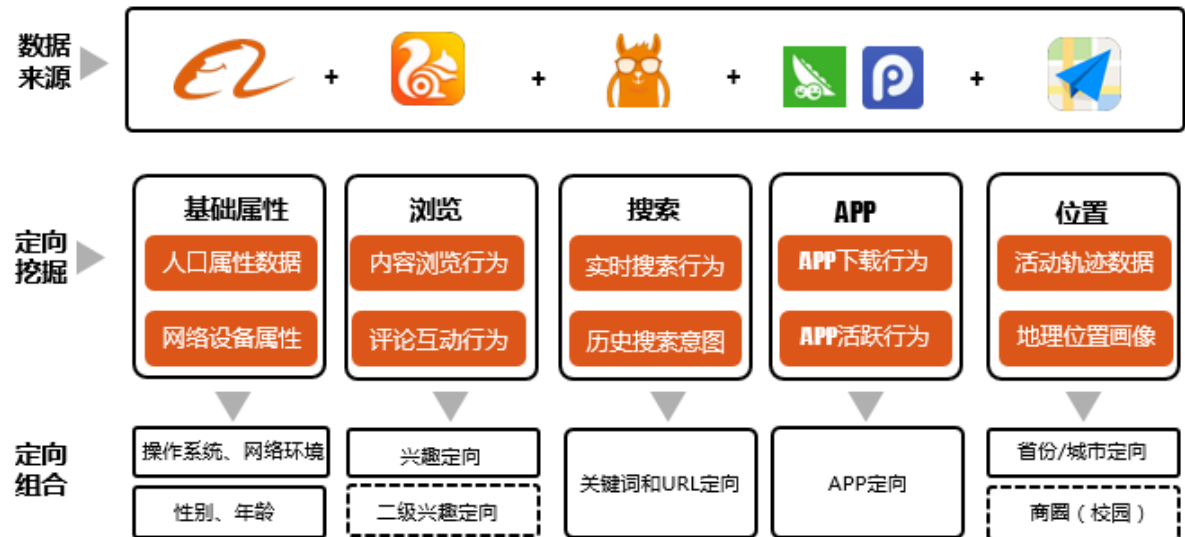
多样式投放

根据不同产品关键词设置不同落地页，提升转化效果



2、信息流投放——基于投放目的、投放样式、定向维度及创意素材方向搭建清晰合理的账户结构，并进行素材、文案针对性匹配，提升关联度与点击率。测试不同关键词定向，阶梯式出价降低成本，精细化优化运营配合智能产品资源，持续提升效果。





营销效果与市场反馈

本次营销以数为源，为用户提供所看既所想，所看既所要的信息，成功解决了广告主营销诉求，最终达到**转化量上涨 511%**，**转化成本下降 11%**的营销效果。