

## 消费者直连！阿里“易达”助力大疆精准曝光与交易增长

广告主：大疆

所属行业：数码产品

执行时间：2019.06-11

参选类别：创新营销类

### 营销背景

大疆是全球领先的无人飞行器控制系统及无人机解决方案的研发和生产商，客户遍布全球 100 多个国家。数据分析显示大疆流量占比优势巨大，接近市场检索份额 8 成，在此基础上**如何持续保障市场份额，提高品牌影响力，促进转化？如何最大化扩大曝光量的同时提高商品的加购及交易，成为新增长**的挑战。

### 营销目标

占领用户心智，多条大疆产品线齐发力，提升销量转化。

### 策略与创意

针对不同产品线，通过数据能力对大疆品牌相关用户进行划分，**分类认知人群、兴趣人群、检索人群等不同价值人群**。数据银行全链路分析精准定位受众人群，为投放精确指导。利用**一键直达“购买”的商业产品体系——易达，将大疆推广商品一键加购**，将信息流广告跳转购买四步缩短为两步，以决策路径极大缩短，提升转化率。

阿里创新业务事业群智能营销平台**“品效合一”的全新商业产品体系——“易达”**。实现 UC 与**淘宝、天猫等平台一键链接，将信息流广告跳转购买四步缩短为两步，以决策路径极大缩短，提升转化率**。

## 打破媒体与交易的壁垒，实现消费者直连



用户可以在 UC 客户端内对信息流广告中的兴趣商品进行一键“加入购物车”、“关注店铺”、“领取优惠券”等行为，无需额外跳转。在 UC 端内的转化行为可同步至淘宝、天猫进行再次触达。例如，用户在 UC 端内加购商品后，当其打开淘宝后，该商品信息会呈现在“购物车”中，增强品牌记忆，刺激消费者购买转化。

## 联通阿里服务能力实现后链路持续转化



### 执行过程/媒体表现

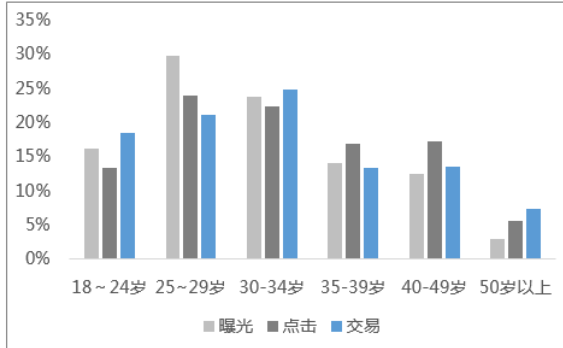
**定向层面——针对检索人群二次营销,有效覆盖产品决策及使用人群。**

分产品线维度，私域人群中兴趣人群 CTR 高于认知人群，公域数据中检索人群凭借时效性及主观决策性，较私域人群 CTR 更高，且有效达到竞品拦截。

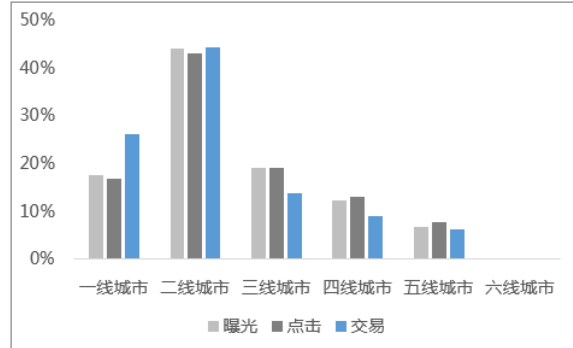
◆ 性别



◆ 年龄



◆ 常驻城市



广告物料层面——视频素材 CTR 互动性更强，跳转天猫形成边看边买。



营销效果与市场反馈

先后为大疆实现千万级曝光，数据银行全链路分析能力助力精准曝光率提升 50%，最终实现超过 1%曝光点击人群 7 天内产生交易，超过 6%曝光未点击人群 7 天内产生淘宝回搜。