

## 4亿曝光3成关注度提升，阿里助力58同城赢战招聘季

广告主：58 同城

所属行业：网服

执行时间：2019.03

参选类别：数字媒体整合类

### 营销背景

“互联网+”的发展让劳动力需求层次发生变化，产业就业梯度开始转移，一方面改变了蓝领的用工生态，一方面也带来了蓝领市场人才供需矛盾和部分“招工难”的难题。对于招聘行业来说，已经进入信息供给大于需求的后流量时代，招聘信息繁杂、行业需求分散、招聘渠道选择众多且平台忠诚度低，都成为当前招聘企业所面临的困境。

### 营销目标

用户侧——为用户提供便捷可靠的求职渠道；

客户侧——持续引流进站，加强 58 同城平台信任度；

行业侧——打造最强招聘季，树立行业营销标杆。

### 策略与创新

品牌“合力”助推，精准打动目标用户：

一方面，帮助用户提供便捷可靠的求职渠道；另一方面，通过持续获得精准用户，帮助 58 同城提升信任度，并借助最强招聘季，树立行业营销标杆，阿里创新业务事业群智能营销平台通过对 58 同城用户进行深度洞察，提炼出了品牌“推力与张力”的“合力”策略，通过细分需求、精准承接的“推力”以及洞察心智、关系构建的“拉力”，来打动用户，并全面助力 58 同城提升市场声量。



## 1、主动获取+主动推荐=推力

在主动获取层面，通过**定制版恒星进行大面积曝光**，快速吸引关注，同时通过**双子星“搜索+信息流”双引擎驱动**，实现**曝光与转化的双重效力**。在此过程中，配合搜索场景，打造品牌搜索关键词，促进点击转化。

在主动推荐层面，在 UC 进行**开屏、职场 icon、GD、首页 banner、头条 Plus、交互动态卡片**等多资源位组合投放，多路径拓流，使品牌展现效果最优化。

## 2、信任+权威+喜好+优惠=拉力

通过**联合 KOL 发声**，提升品牌信任度，通过**求职数据报告**，打造品牌权威性，借助**娱乐明星等内容**，满足用户喜好，通过**红包互动等优惠活动**，刺激转化。

多样化、互动性创意内容，分阶段展现，为用户进行求职指引，全面为 58 招聘季引流，并进一步加强用户对 58 平台的信任度。

## 执行过程/媒体表现

### 一、大数据洞察为基础，持续聚焦职场注意力

智能营销平台与 58 集团联手，依托大数据决策平台——牵星，对职场用户数据进行细致分解，联合发布了《2019 年求职生存报告》。成功聚焦到职场用户的注意，同时帮助 58 调整投放定向，让后续触达更精准。



### 二、明星送红包互动体验，助力新年开工利是

智能营销平台通过红包等沉浸式互动体验，助力新年开工利是，成功为 58 官网招聘会场进行导流。最终，通过**红包雨系列活动为 58 带来了千万级交互参与**。



### 三、全资源联动，品牌星河让营销品效合一

智能营销平台品牌星河体系下的恒星、双子星、星云全面助力，多重引导用户对招聘会场的关注。

1、恒星产品：帮助品牌实现沉浸式霸屏品牌视频播放，引导进入品牌官网，使搜索场景一步直达，有效避免潜在客户流失；同时为 58 集团定制动态信息框，运用 LBS 技术实现动态展示，不同城市展示不同职位与薪资待遇。**定制招聘季恒星 CTR 提升 14%，品牌关注度提升 32%。**

2、双子星产品：充分发挥搜索+信息流即时贯通的效力，在搜索场景下一步直达品牌专区，沉浸式体验有效避免潜在客户流失，同时在浏览场景中，品牌内容再次呈现，实现最大化曝光、吸引转化。



3、星云产品：依托大鱼号内容创作优势，提供信息流频道软文产品下发服务，通过联动 KOL 发布就业指导内容，最大化传播力，帮助品牌提升口碑与用户的深度沉淀。

实施-KOL+数据报告指导，求职指引



4、联动分发场景，通过 pp 助手黄金卡片、pp 助手分类页黄金卡片、豌豆荚关键词黄金卡片、豌豆荚分类黄金卡片等进行精准分发，直接促进下载与转化。



### 营销效果与市场反馈

本次合作，整合搜索、信息流、分发三大引擎，通过数据报告、开屏、视频、动态交互卡片、红包雨、本地生活\招聘频道 icon 多元样式、品牌星河创新资源等多资源助推，在 10 余个资源点位下发，达成品效联动，实现曝光近 4 亿次，信息流曝光同比增长 145%，交互参与 1080W+，品牌关注度提升 32%，应用下载量超 1900 次，真正实现了品效联动。

此次 Campaign 聚焦 58 招聘主流用户群体—新蓝领，通过大市场解析、蓝领人群职业变更，辅助阿里大数据能力进行目标人群特征解析、兴趣分析后，充分调动文娱创新产品承接客户需求，通过多场景下建立的强引导转化链路，以及创意内容的引导，成功帮助品牌与用户行为进行强关联，直击用户需求点，稳固品牌防线。并利用趣味大数据+行业 KOL 就业指导及红包互动刺激，全面为 58 招聘季导流并进一步加强用户对 58 平台的信任度。

