

AI 大数据赋能营销决策——大金空调品牌传播项目

广告主：大金空调

所属行业：中央空调

执行时间：2018.12-2019.10

参选类别：智能营销类

营销背景

近年来，中央空调快速崛起，市场竞争激烈，国产品牌已占据约八成市场，与此同时，用户需求也在不断升级，各品牌领跑难度加码。在此背景下，作为日系品牌，大金空调要成功打入中国市场，除了其在产品上的工匠精神，更需要合适的营销策略来塑造大众认知，单靠优秀的产品撼动市场比较艰难，我们通过 AI 大数据定制策略，让大金空调品牌传播更加有理有据，更精准、更高效地触达目标用户，增加其品牌在数据时代的数字资产价值。

营销目标

作为拥有 90 年历史、致力创造空气和环境新价值的空调品牌，大金的核心诉求是想传达“温度”“湿度”“气流”及“洁净度”四维于一体的全效理念，突破传统空调冷暖的界限以及用户的固有认知。为此，我们制定以下传播目标：

- 1、在众多品牌中展现大金独特优势，解决目标受众对中央空调的疑问，同时持续提升品牌的认知度和美誉度；
- 2、在更精准的内容平台上传播品牌的价值理念和对空气环境的理解。

策略与创意

品牌营销推广两大痛点：

- 1、如何更聪明地花客户预算？
- 2、有没有机会改变传统“说教式”营销，让品牌信息传递更高效？

我们的解决方案是：通过自主研发大数据及 AI 系统，助力大金解决核心诉求，实现精准营销。



与商业广告不同，我们以技术为核心基石，针对平台数据收集及算法研究，自主开发海量信息处理分析、精准排名优化、AI 等多个系统并应用于主流平台推广，**直击传统推广“成本高、抗性大、效果差”等痛点**，让大金品牌信息在激烈的竞争下仍可**更快速、更直接、更自然**地触达目标用户，大大提高传播效率，提升推广效果。

执行过程/媒体表现

实施步骤一：精准定位目标群体，实现高效沟通

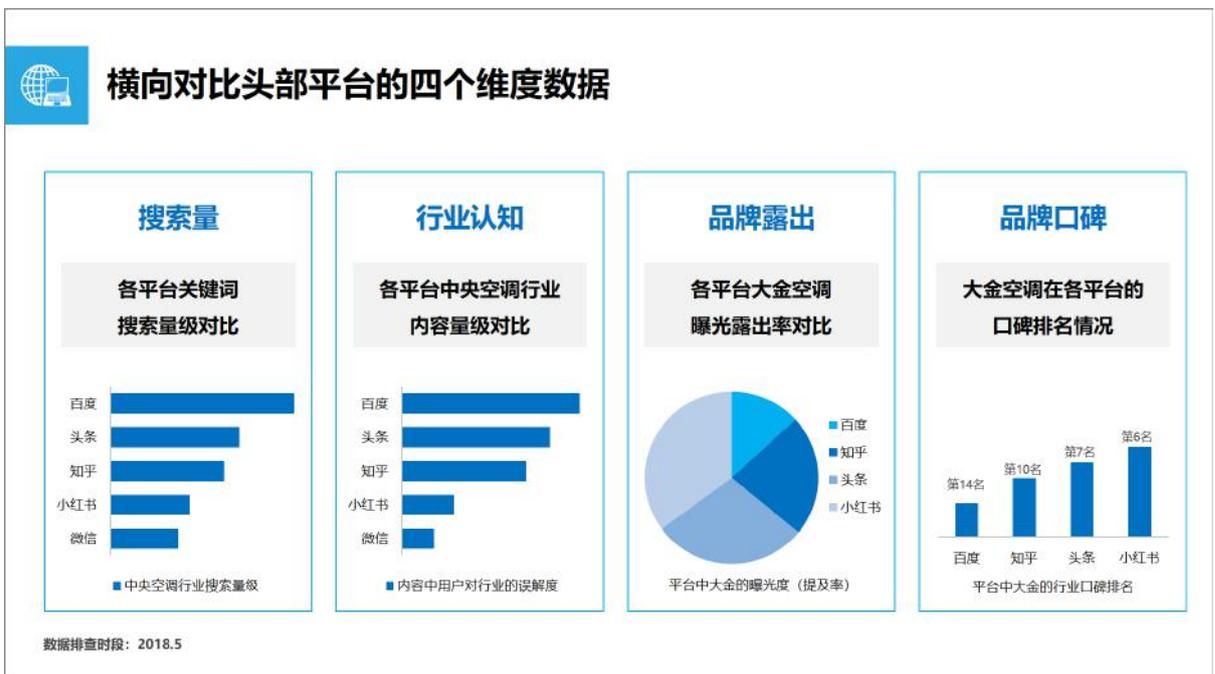
据艾瑞网数据显示，55.3%的互联网用户会通过自主搜索获取内容信息，结合搜索行为的精准性，我们将传播对象定为：**在全网搜索中央空调相关词的用户。**

实施步骤二：精准定位品牌战场，确定传播平台

根据大金所在行业、业务确认根词，通过“漏斗式”选词机制，逐层筛选建立大金中央词库，包含 7 大维度，共覆盖关键词 10 万+，同时选取高流量的头部平台（百度、头条、知乎、微信、小红书、抖音等），在各平台的高关注区域（平台搜索入口处、首屏展示位、点赞评论互动区域等）进行全方位数据采集，并利用 AI 技术对采集到的数据进行深度分析与语义理解。



横向对比头部平台“搜索量、行业认知、品牌露出、品牌口碑”四大维度数据，并综合预算、现状等因素，确定百度及知乎为大金优先布局平台，让预算花费更精准。



借行业TOP词曝光，为品牌高效引流

TOP词是潜在用户搜索的高频词，此类用户多处于认知阶段，通过关键词搜索满足求知需求，利用独家技术在TOP词黄金展位曝光品牌，有助于品牌快速抢占较多用户



下拉框出现大金，第一时间将品牌信息植入用户脑海



大金优质内容投放至“舒适100”并利用技术在首页占位（舒适100是家居行业垂媒）



大金官网在行业top词首页占位，提升权威性

(行业TOP词：选取空调行业搜索量排名前列的关键词，如“中央空调、空调、家用中央空调”等，月均搜索量5w+)

利用需求场景词收割细分市场，营造“代入感”

此类人群需求更为明确，会关注中央空调价格、清洁等方面内容，迎合该类用户需求的高质量内容更容易引起关注，与日常生活相关的场景化信息更有代入感



大金清洗视频信息首页占位，实用视频场景能更清晰解决搜索需求



大金官网位居首页首位，落地页为大金新风系统介绍页面

需求场景词：在某些特定场景下产生的求知需求，如搜索关键词“中央空调清洗”等)

知乎优化策略：高热场景投放，占领用户心智

以 SWOT 分析指导策略

大金正面信息

- 品牌
- 无毒无味无污染
- 质量不错
- 日系品牌
- 极度省电
- 日系品牌
- 质量不错

大金不实信息

- 不如竞品
- 价格贵
- 昂贵
- 性价比不高
- 价格贵
- 昂贵
- 昂贵
- 不如竞品昂贵

知

- 竞争对手卖点：格力-不制冷、美的-噪音大
- 内容潜力点：空气质量、风量、过滤系统
- 内容发力点：热门问答文章互动量大，是知乎的营销价值所在

潜在发力点

构建大金空调行业知识体系 传递 New Life Style

- 与百度不同的是，知乎中**热门话题**是营销核心
- 大金需**最大化借势**热门话题曝光，或**炒热原生话题**，实现**全方位知识营销**

➢ 空调话题科普 —— 中央空调有哪些常人不知道的【常识】？

➢ 装修话题讨论 —— 小户型装修怎么样才能又个性又空间利用率高？

➢ 空调选购建议 —— 新手必看！选购中央空调需要考量哪几方面？

➢ 生活经验传递 —— 有哪些能给人带来极大幸福感的家用电器？

选择知乎高热问题，借势传播品牌

从 new life style 切入，寻找百度首页及知乎站内首页关注度较高的问题，在回答中植入品牌信息，邀请知识达人互动炒热回答，良好的讨论氛围使回答排名提升

百度首页存在知乎入口

知乎回答首位出现大金信息，进行中央空调科普及好物种草

new life style 话题示例	浏览量	关注
小户型装修要怎么才能又个性又空间利用率高？	2558865	14,501
室内设计师傅是怎么装修自己的家的？	3052240	12,961
哪种装修风格在居住一段时间后会后悔没好好选？	455460	2,931
有哪些能给人带来极大幸福感的家用电器？	15748053	104,355
怎样家才可以比家更家，舒适又温馨？	2027040	25,870
有哪些常人不知道的【常识】？	36915423	107,044
装修中最值得花钱的地方？	2474523	9,735
装修时如何买到新风系统跟现代北欧风格风格融合在一起？	398998	1,837
假如您家知悉大的装修风格，装修风格该如何搭配？	854869	11,461
什么样的装修风格不会过时？	818569	8,187
在家居设计中有哪些值得您深思熟虑的考量？	917443	22,449
卫生间/浴室问题有哪些“神坑”值得分享？	1257626	3,008
住家之最——一种什么样的体验？	5,268474	5,992

行文思路：首先提出装修中值得花钱的地方：安全、环保、健康、舒适 → 将空调作为健康中重要的一环进行推荐 → 介绍大金空调新品会带来哪些舒适体验

(知乎高热问题：选取知乎平台空调行业的相关热门问题，平均被浏览量达300w+)

在知乎新建品牌相关问题，营造互动氛围

挖掘用户兴趣点，新建与品牌特性相匹配的话题，并邀请知识达人互动，提升问题热度，通过优质的内容输出，从生活场景到品牌推荐自然过渡，逐步获取用户认可

关键词：大金
累计浏览量：25W+

关键词：中央空调
累计浏览量：88W+

关键词：中央空调
累计浏览量：88W+

知乎站内品牌词首位出现大金新建问题

知乎站内通用词首页出现大金新建问题，且此新建话题进入知乎热榜，获得超高关注

营销效果与市场反馈

1、大金全网综合曝光量高达 **5000W 次**。

2、百度口碑排名由第四名提升至**第二名**，知乎传播效果**超商业广告**。

(备注：商业广告 CPM 约 150 元，大金知乎传播 CPM 约 123 元；CPM 计算方式=费用/曝光量*1000)

3、占据中文知识讯息最大的两个平台进行品牌传播，在对用户有价值的知识类话题传播中软性植入大金信息，让产品成为知识的一部分，润物无“声”，不断加深目标用户认知，并成功传播“new life style”概念，让大金在中国的印象标签，由较为单一的空调品牌逐渐进化为“有温度有内涵、严谨却不失幽默”的个性化多元化标签，提升用户好感。