**全链路数据打通，赋能美的全域用户增长**

**广 告 主**：美的

**所属行业**：家用电器类

**执行时间**：2022.05.20-12.31

**参选类别**：智能营销类

**营销背景**

流量成本居高不下，品牌方每年在广告投放上花费巨大的预算，留下了海量数据，将这些数据用于服务自身经营决策、业务流程，使其可以在创造收益、降低成本上有更好的表现，从而提升产品业绩，是品牌数智化转型的必由之路。

**营销目标**

于美的而言，如何将媒体投放数据进行收集、整理、分析、应用，进行资产化，实现营销运营的提效，是其今年京东11.11的必须解答的问题。

**策略与创意**

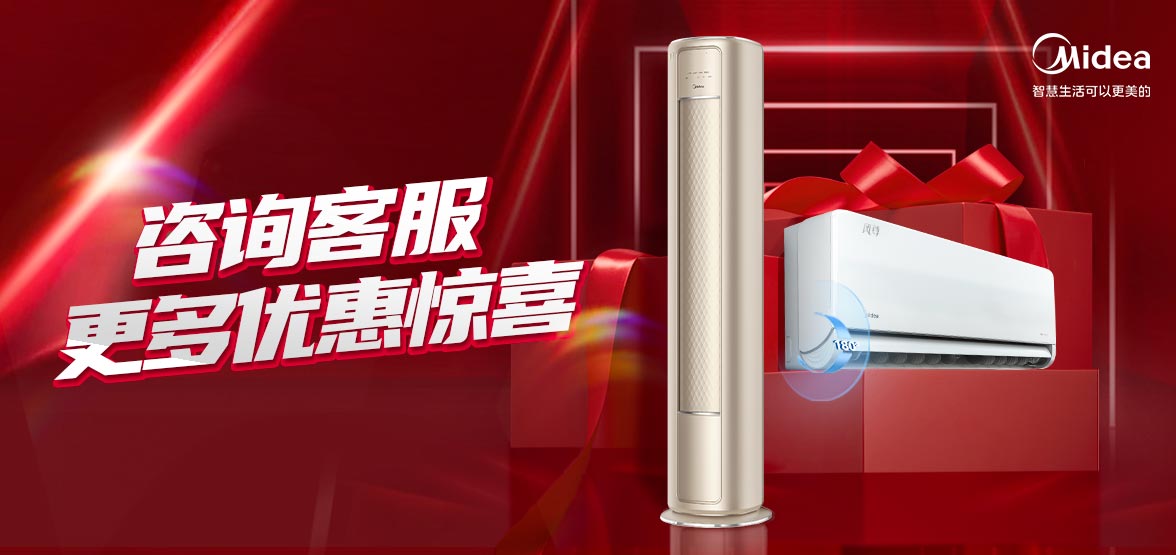
美的携手京东营销云，激活品牌一方数据价值，实现稳定可靠的精准人群覆盖。

* **营销云全链路打通赋能：**保证数据安全的基础将投放数据与京东打通，实现数据的洞察与分析。
* **智能挖掘策略人群：**对应一方购买人群lookalike放大，找到高潜人群；结合品牌推广产品的受众特征，对媒体站外投放回收的数据资产进行挑选再利用；挖掘品牌品类相关搜索人群，及行业其他品牌品类相关搜索人群；重新解析和转译目标圈层人群……面向这些人群，跨媒体进行触达。

**执行过程/媒体表现**

基于京东营销云智能挖掘的策略人群，通过京准通在京东站内外精准投放。

* **在站外：**依托京准通-京东直投，整合京腾魔方（腾讯媒体专属）、京准通DMP定向京东购物人群，进行多维度定向，精确圈选目标受众；结合标签质量分析、智能化定向，助力广告直接触达高转化用户；支持人群实时预估，投放更加可控；整合媒体定向能力，助力获取更广泛的非京东人群。
* **在站内：**通过京准通-购物触点，进行智能创意千人千面精准展示创意样式；智能出价准确预估流量价值，精准出价；智能定向快速实现对精准人群的定位，实现营销效果达成。
* **策略实时调优：**基于京东营销云进行媒体价值评估、分析，调整人群出量优先级，并配合智能机器学习+不同算法的表现，进行多种算法的组合，确保以最优的出价策略，获取最合适流量。

****

**营销效果与市场反馈**

借助京东营销云的数智能力，美的进行数据高效回流与分析、反向赋能指导人群投放策略和媒体投放策略优化以及媒体触达用户在京东域再营销，让美的的媒体曝光数据不再沉默，赋能于全域用户营销运营场景，实现多场景营销联动和提效，推动品牌用户增长及销售增长。京东11.11期，ROI较日常投放提升 40.4%。（数据来源于京东-京准通后台）