**淘宝，终端营销·用户共生**

**广 告 主**：淘宝

**所属行业**：电商平台

**执行时间**：2022.09.01-09.30

**参选类别**：效果营销类

**营销背景**

电子商务行业发展已有20年，如今用户规模见顶、用户消费总额趋于稳定，面对大环境的变迁，大家都不约而同从规模竞争转向存量竞争，从过去挖掘新用户的打法，转向想方设法抢占存量市场。要怎么做才能在存量市场中突围？淘宝将**抢夺用户的“钱包份额” 作为未来市场发展新重心**，即在单用户的消费总额既定的情况下，吸引用户更多选择到淘宝消费，避免用户向其他网购平台分流。

**营销目标**

淘宝破解了存量竞争核心公式“**用户钱包份额（消费额占比）提升=下单意愿提升×活跃量级提升**”，

因此，本次营销将围绕公式中的两大重点目标发轫：

**1. 提升下单意愿**：激发用户消费兴趣，促进用户在淘宝APP下单购买；

**2. 提升活跃量级**：提升淘宝APP活跃量级，避免用户向其他平台分流。

**策略与创意**

**【媒介洞察】**

**1. 全局搜索-移动端搜索的天然选择，内容推荐满足多种搜索需求**

**1） 系统级搜索入口一步直达：**小米手机全局搜索拥有1.05亿月活跃用户与日人均3次的使用次数，小米手机系统中通知栏、负一屏、桌面框、输入法4大系统级搜索入口，全面覆盖用户使用手机的前置场景，一步直达全局搜索。



**2）多元内容满足用户多种搜索需求：**全局搜索涵盖应用软件、热点内容、资讯内容、商品内容等多个内容版块，方便满足用户多种搜索需求；

**2. 系统级能力-手机厂商级能力，有效促活避免流失**

1）独有的数据能力能够精准识别用户状态，有效促进产品活跃度；

2）链路化能力锁定用户使用全程，避免存量用户流失。

**【营销策略】**

**整合终端营销势能，高效抢占用户钱包份额**

**1. 全局搜索·内容共建：**搭建全搜内容阵地，商品外显促进下单；

**2. 系统级能力·增效控本：**产品技术双维加持，提升活跃度+控制成本。

**执行过程/媒体表现**

**【执行亮点1-全局搜索·内容共建】**

1. **首次开辟淘宝热搜榜专区，内容外显一步直达**：顺应用户搜索潜在意愿及习惯路径，在全局搜索界面定制淘宝专属内容阵地，内容外显吸引用户目光，热搜榜一键跳转淘宝商品集合页，一步直达，缩短决策路径。



2. **精准匹配兴趣内容，高效种草**：全搜淘宝热搜榜结合数据筛选能力，基于用户兴趣推荐内容，提升商品匹配度，促进用户的购买转化行为。

图示

中度可信度描述已自动生成

3. **榜单内容实时更新，长效拉动用户**：全搜淘宝热搜榜作为长期合作资源，推出每日更新内容服务，结合当下流行、季节变化、热门话题、明星动态等做不同内容的种草，培养用户榜单浏览与点击习惯，长效持续拉动用户。



**【执行亮点2-产品增效·拉新拉活】**

1. **商店小包速开，提升新用户留存**：小米应用商店场景运用小包速开产品能力，将APP大小压缩至5MB以下，APP仅需2-3秒即可完成下载并自动打开，减少因包体过大、下载时间长造成的用户流失，进而提高激活率与注册率，实现新用户高效转化。

2. **VIP PUSH二次触达，拉升老用户活跃**：小米手机对点击淘宝热搜榜的兴趣人群，通过VIP PUSH追投，同时针对不同目的选定推广素材样式，从系统层面前置抓取用户注意与兴趣，提升用户的点击率与活跃度。

图形用户界面, 应用程序

描述已自动生成

**【执行亮点3-模型加持·控本提效】**

本次营销为淘宝**定制双出价模型**，智能预估新用户的下单意愿，**设置注册+首购两个转化成本目标**，提升从注册到首单购买的转化，在保障注册前端成本的基础上优化新客交易。

图形用户界面

描述已自动生成

**营销效果与市场反馈**

品牌传播周期一个月内，达成了品牌曝光量与后端转化效果双向提升。

**1．活跃用户海量覆盖：**热搜榜传播势能强化，全搜淘宝热搜榜曝光量实现翻倍增长。

图形用户界面

中度可信度描述已自动生成

**2．用户下单意愿提升明显：**全搜热榜点击率增加近4倍，淘宝全平台下载成本减少5.9%，首单交易成本减少25%，控本增效效果显著。