**营销云赋能博朗全域广告提效**

**实现策略、媒介、营销工具实时联动**

**广 告 主**：博朗

**所属行业**：家用电器类

**执行时间**：2022.10.20-12.01

**参选类别**：效果营销类

**营销背景**

疫情加快了消费向线上渠道的转移，尤其是线上线下融合的增长更为明显。而博朗的多端多业态布局不断丰满，在多端多业态的趋势下，建立精准的品牌人群战略，多端获客，全域联动就成为核心需求。

**营销目标**

面对数据分散、成本沉没以及后链路割裂的问题，博朗希望借助借助京东营销云将公域触点大量精准的用户，转化为潜在用户、购买用户、再沉淀为忠实用户，打造全链路营销运营闭环。

**策略与创意**

博朗基于京东营销云的大数据的技术及能力，打通全域数据通路，实现全域人群、全域洞察、全域经营的完整策略，从而实现人群战略的全域渗透。

* **用户数据融合：**博朗在保证数据安全的基础上将其他域的订单数据与京东数据做打通、融合、识别与洞察分析。
* **智能策略挖掘：**基于京东营销云大数据能力和模型，融合品牌一方数据与京东数据，用策略引擎智能生成投放人群。
* **精准人群触达：**将智能生成的人群通过购物触点、京东展位、京东快车等，快速实现人群的定位，实现营销效果达成。

**执行过程/媒体表现**

* **智能策略挖掘：**利用大数据技术能力和模型，融合一方数据与京东数据，用策略引擎智能生成投放人群。如对应一方购买人群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。
* **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。



**营销效果与市场反馈**

博朗基于京东营销云数据、技术的赋能，构建了全域营销数智化闭环，提升了品牌公域私域各场景运营效率，拉近了品牌与用户距离，推动了品牌实现有质量、可持续的增长。京东11.11期间， CTR 较日常投放提升30%；ROI较日常投放提升 22%。