

打开触达用户破4000万+的新“视”角

- **品牌名称：**小迈科技
- **所属行业：**软件工具
- **执行时间：**2023.03.01-05.01
- **参选类别：**效果营销类

“ 小迈科技是一家致力数字化APP迭代业务的高质量自增长型企业，持续为移动用户开发丰富的工具应用、休闲游戏、益智类运动类等系列APP;

核心产品包括计步类、天气类、清理类APP，持续登顶各大手机应用市场榜单前茅 ”

累计开发者

110+

累计下载量

7亿+

累计产品数

400+

“但市场上本就没有持续高回报的生意，
随着小灵通的时代变成如今人人大屏智能手机的当下，
移动市场的增量已结束红利期。

作为新媒体广告投流合作项目，
我们并不畏惧艰难。

我们相信风浪（竞争）越大，鱼（能力）越贵”

考核期投放金额

100万+

触达用户

2000万+

转化用户

50万+

天气类APP应用行业困境

新用户停增

- 至2020年以来，增长几乎停滞
- 行业新用户增量持续减少
- 存量市场即将代替增量市场
- 项目经营对新用户高度依赖

增长困境，迫在眉睫！

- 推广成本持续攀升
- APP变现能力却持续下降
- 缺乏应对压力的策略
- 全年APP产品迭代快速

同类竞品疯涨，瓶颈亟待解决！

流量变贵

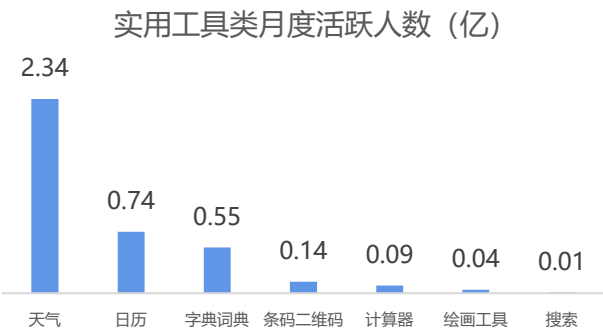
天气类APP应用行业推广思考

是退是战，如何破局？

小迈科技一年投入市场的工具类APP迭代有近百款，投流空间挤压，份额降低的状况，天气类工具更应思考如何应对，挑战刻不容缓！

天气类市场占比不减

实用工具累积月度活跃用户达3.93亿人。其中，天气位居第一为2.34亿人，占比高达59.54%，远远超过实用工具其他类型总和。



数据来源：易观千帆数据报告

复杂环境

市场整体预算下降

在天气类APP应用市场占比不减情况，APP投流的大盘预算份额却在下滑，出现竞品越来越多，预算越来越少的困境。

SWOT分析

劣势

体验感陈旧 |
同质化严重 |
变现能力弱 |

威胁

增量空间狭窄 |
传媒政策收紧 |



SWOT

优势

功能较强 |
用户数多 |
产品数多 |

机会

细分领域仍存增量空间 |
多终端互联技术有潜力 |
广告市场流量需求仍存 |

数据+广告+内容，解锁流量“新视角”

腾讯广告
工具产品

新 探索思路洞察用户

用户的痛点
用户的需求

视频号
微信生态的超级连接器

视 视频号推广高裂变

增长快留存高
转化门槛更低

素材内容
不断打磨

角 度创新素材多元

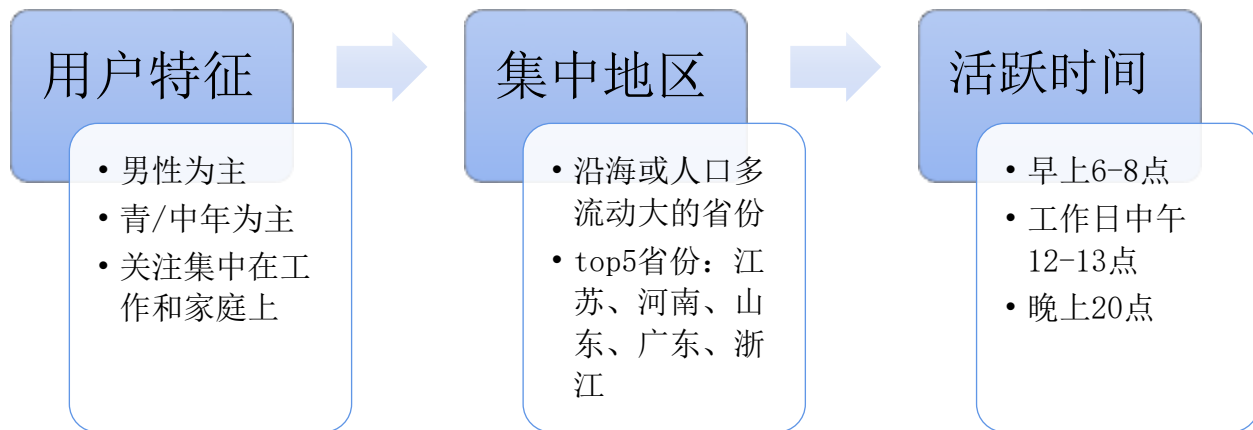
深挖素材创意
内容精雕细琢

新

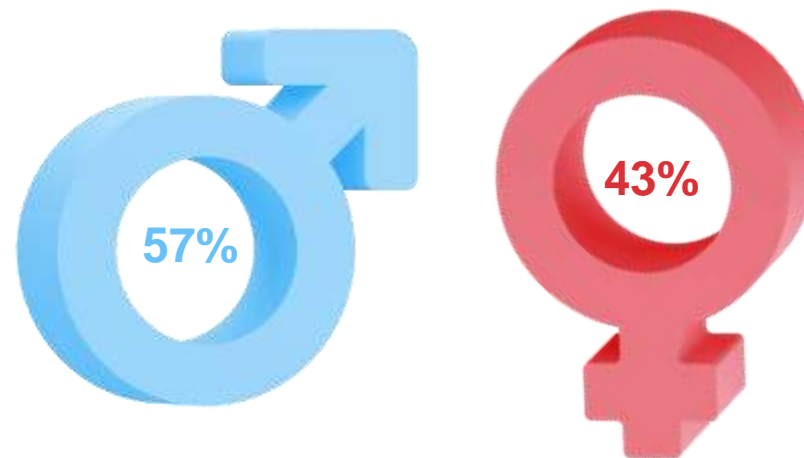
探索思路洞察用户

用最深刻的目标群体洞察
预判·寻找潜力用户的先机

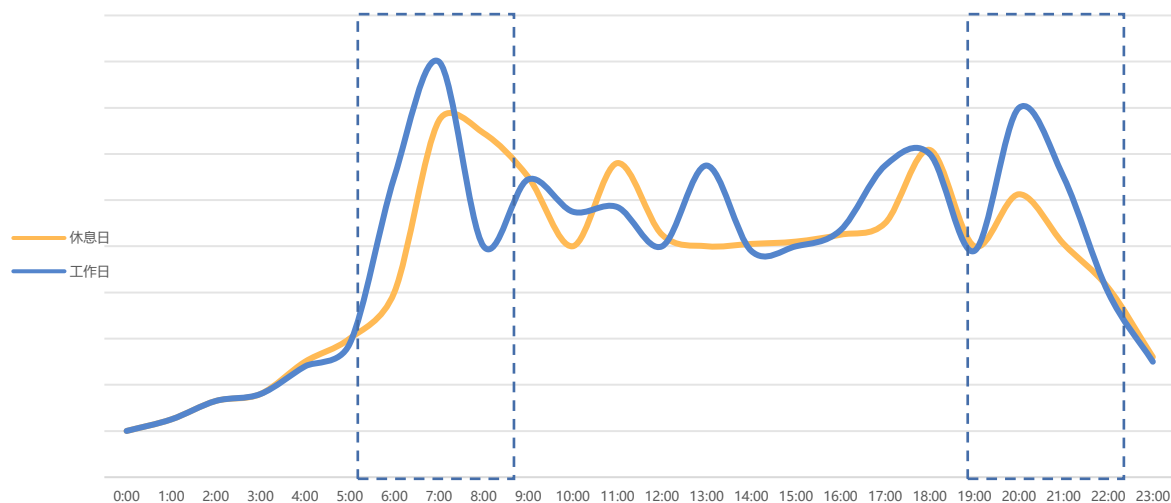
算力+算法+数据，触达更精准的目标用户



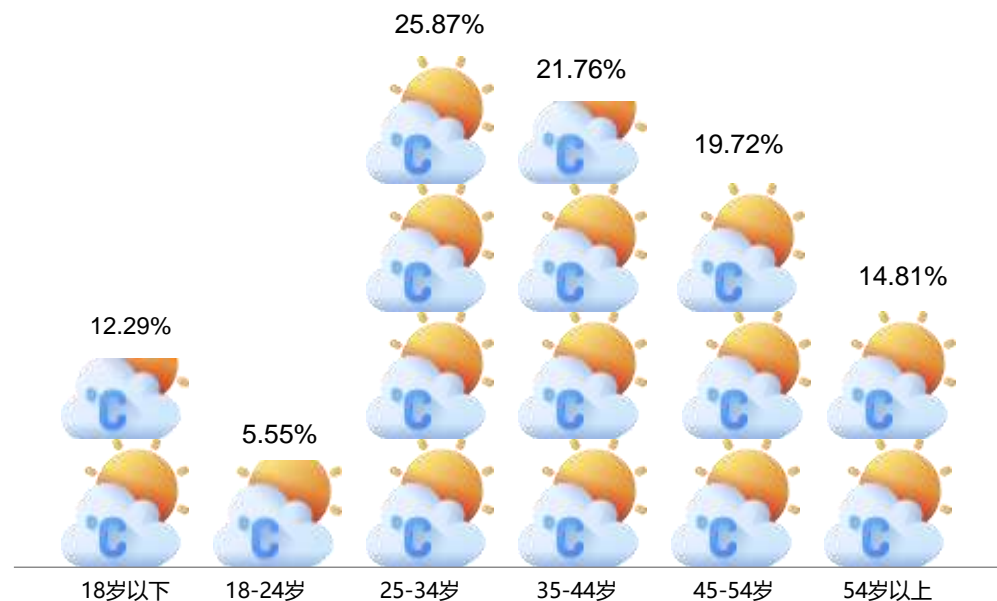
天气用户性别分布：男女比例接近6:4



工作日和休息日活跃用户对比



天气用用年龄分布：25岁以上用户占比接近85%



以上数据来源：2022年应用天气研究报告

用户属性

- 普通工薪阶层为主
- 收入主要分配在3-8k

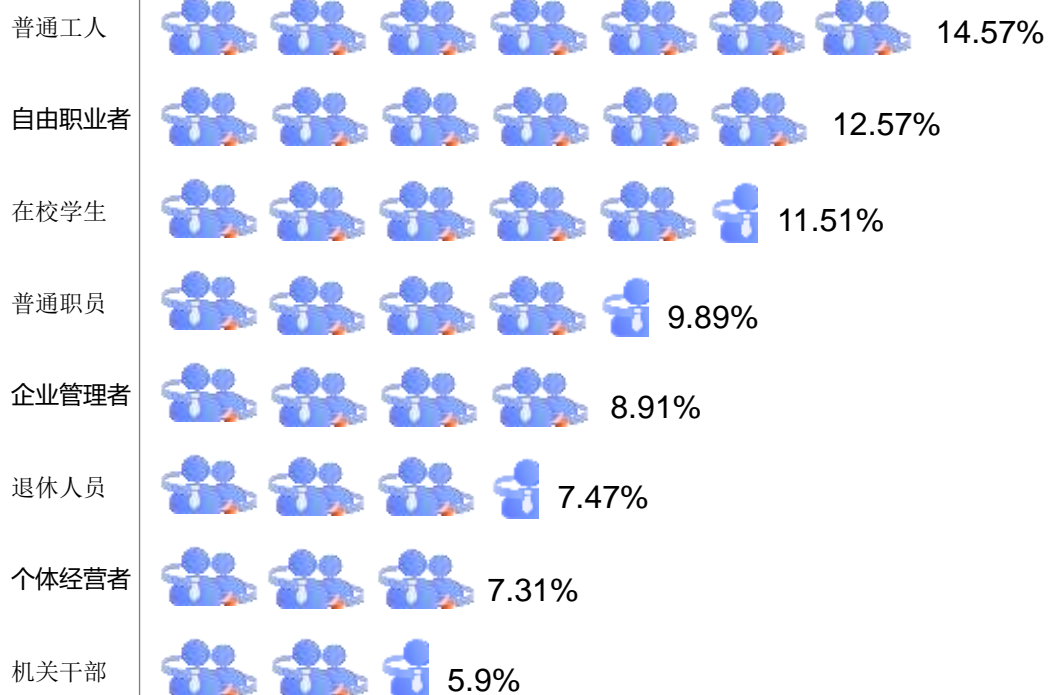
兴趣内容

- 天气状态
- 最高低温查询
- 当前温度
- 一周变化趋势

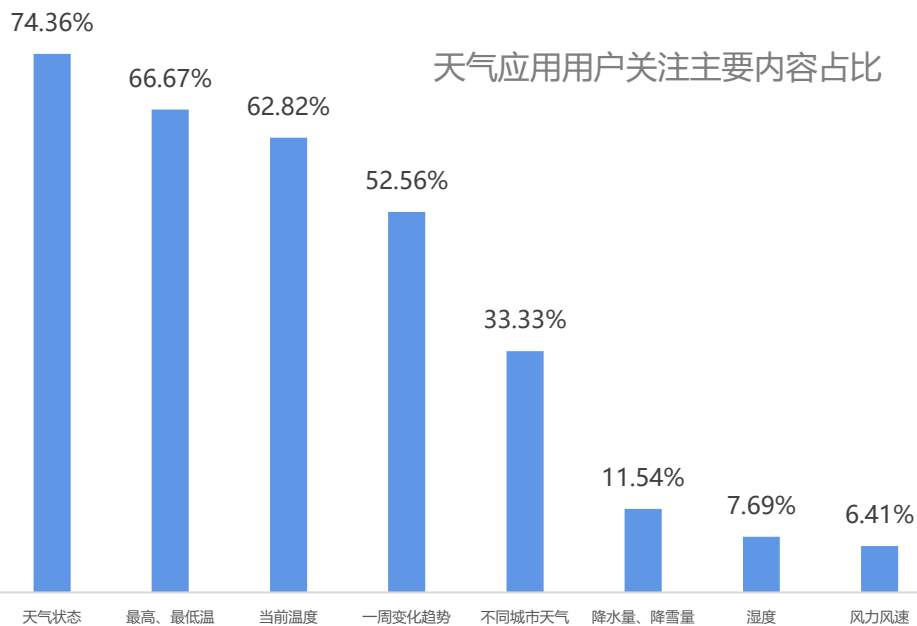
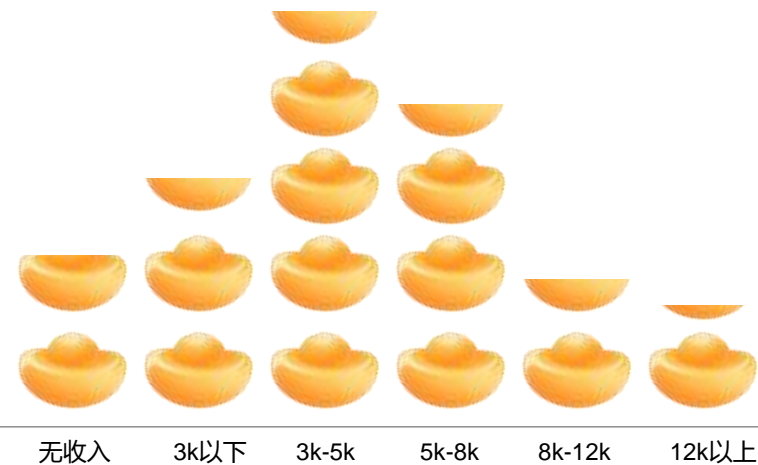
粘性表现

- 单日启动可达3-4次
- 单日使用时长30-60分钟

天气应用用户职业分布TOP8



天气应用用户收入分布情况



以上数据来源：2022年应用天气研究报告

巧用工具分析用户心理，为后续素材优化夯实基础

共青心理+工具运用



多素材&多标题 vs 单素材&多标题

多素材&多标题组合同时投放，转化效果提升近**80%**

标杆素材分析

同行业标杆素材对比分析，通过优化在投创意，使得视频创

意完播率提升**20%+**，平均转化率提升**64%+**

多元化素材衍生

从单一素材类型转变成多人情景剧、真人口播类型等素材裂变，素材跑量能力显著提升，生命周期延长至15到30天，部

分优质素材生命周期可达**2-3个月**

用户分析

关键词

用户痛点

天气预报不准，广告偏多
下载安装麻烦

稀缺心理

专享，仅限，专属
从来没见过，限时

从众心理

我身边的人都下了
我爸/妈也在用
我朋友告诉我xxx

好奇心心理

你还对天气一无所知吗
2023超好用的天气预报
你听过这样的天气预报吗
经常关注天气的人请注意

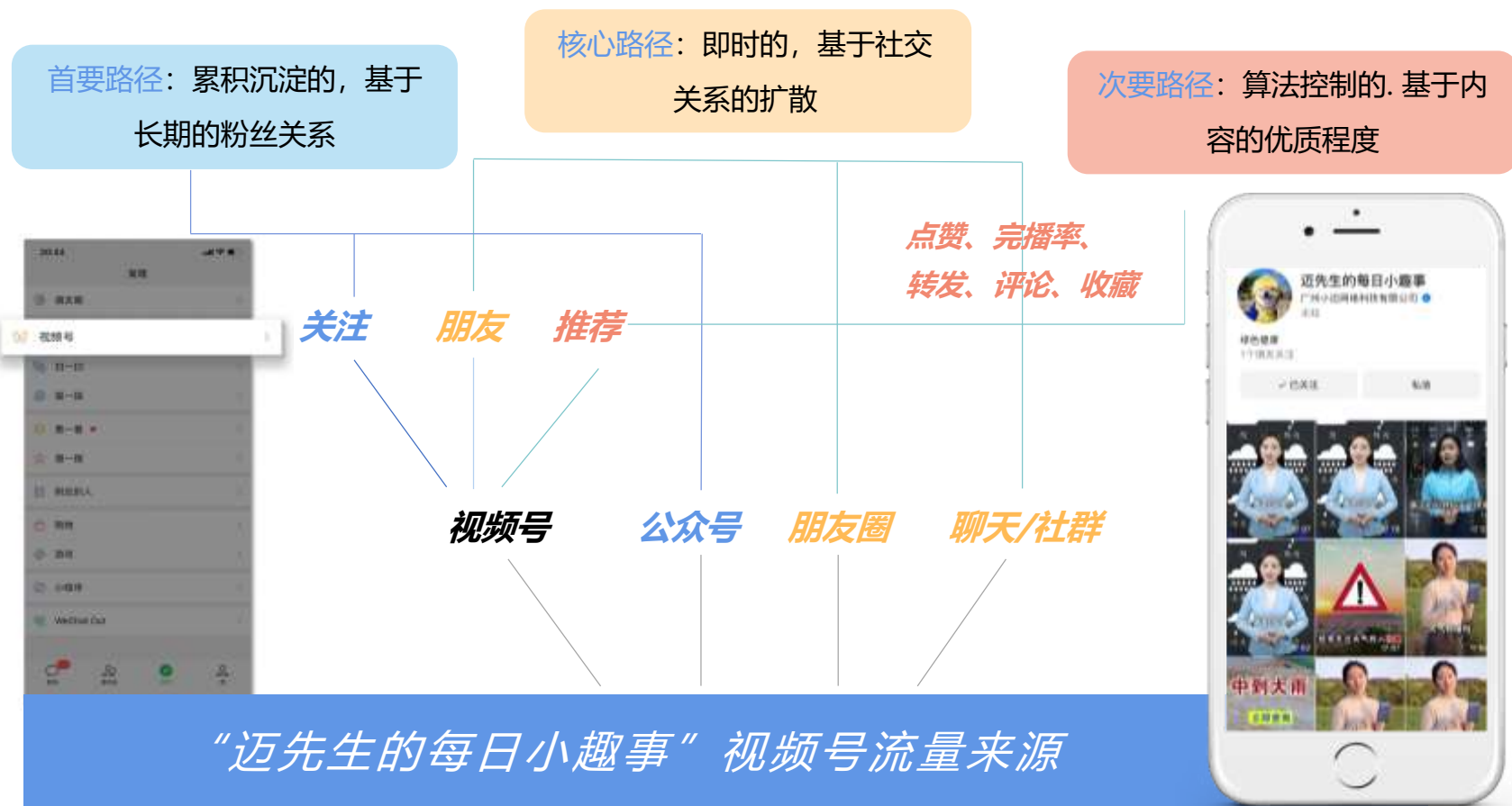
视

视频号推广高裂变

基于微信社交关系链

连接视频号8亿日活用户，实现高效增长

通过视频号高效圈粉，蓄力裂变



快速圈粉 —— **关注** —— 【粉丝沉淀】

- 视频号矩阵运营
- 广告吸粉
- 内容吸粉

拉近沟通 —— **推荐** —— 【内容运营】

- 优质内容、更新频率
- 素材完播及互动激励

助力裂变 —— **朋友** —— 【社交裂变】

- 私域调动（聊天、朋友圈、视频号在看...）
- 商业流量（朋友圈广告）

沉浸式原生广告，层层深入转化引导



标题**字体醒目**
文案突出**产品亮点**
或**用户痛点**

下载组件按钮随着
用户观看深入，会
放大吸睛



评论区突出**功能点**
“精准”“每分钟更新”
引导转化

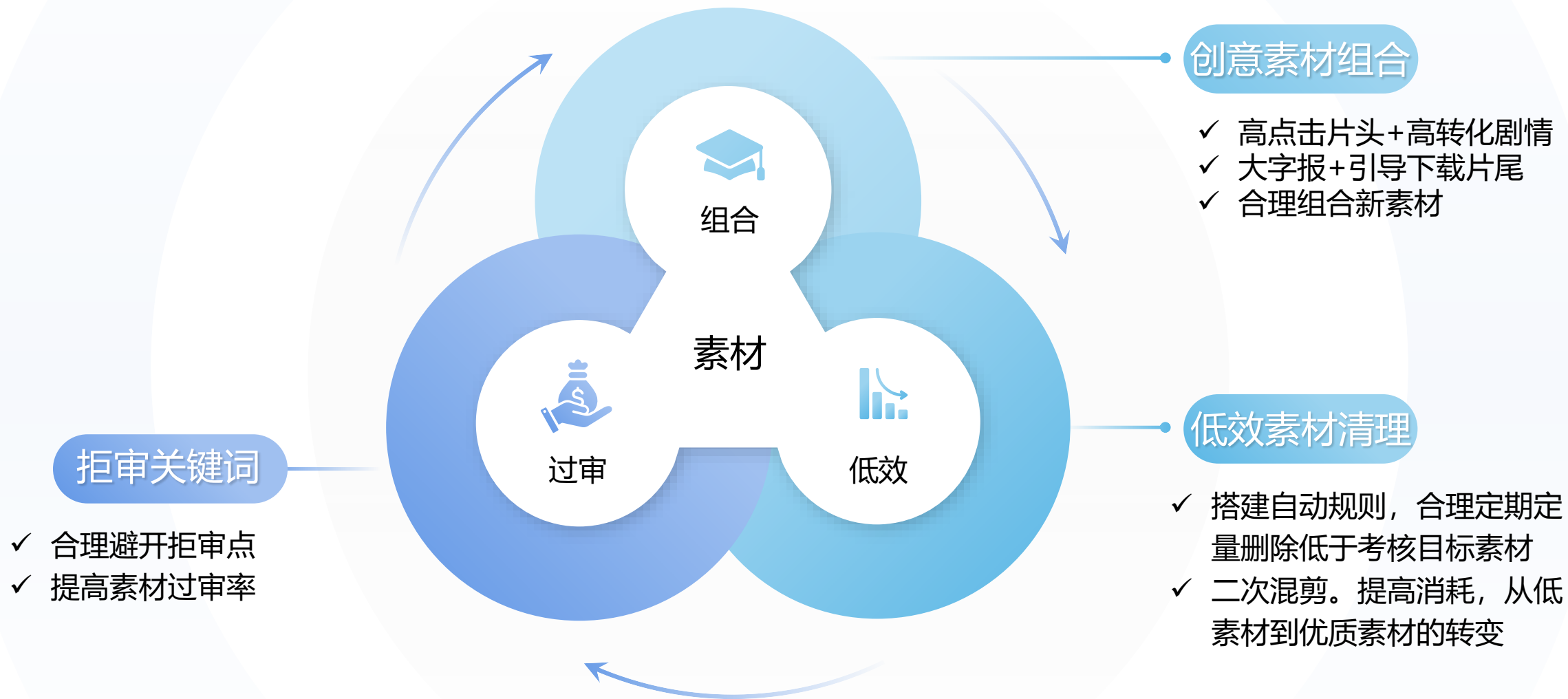
角

度创新素材多元

贴近用户生产内容

依托内容辐射力占据用户心智

中心化内容锚点



抓住素材创作能量高点

创意标题



常见动态词包
(地点/区县/日期)
常见文案关键词: 几点几分/
天气预报/精准/实时等

推广卖点



随时查看天气情况, 精准
天气预报, 一公里内精准
播报, 实时语音播报

行动号召



免费下载
立即下载

创意标签



天气、语音播报、降雨相关
(雷阵雨、暴雨等)、降温、
出行、特定节假日、天气APP
名称、其他热门词等

创意分类



主要为天气服务

TOP素材打造

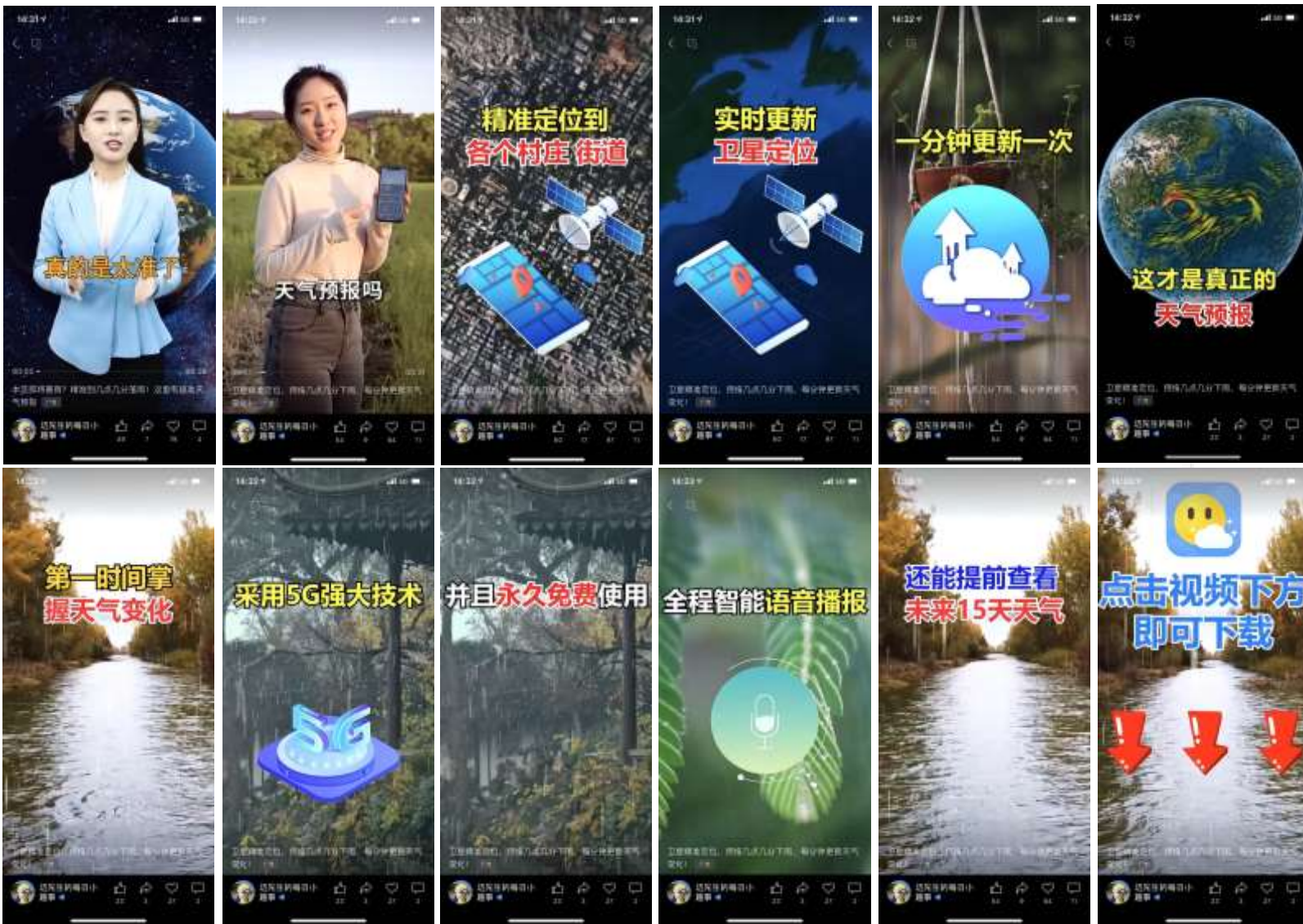


口播配音类为主, 背景图
以下雨实况+手机图标+天
气美景切换, 时长控制在
20-35秒

核心
内容创意

素材内容关键词

拆解爆款内容，短期裂变实现破圈



音乐/音效

天气预报/风雨雷声/纯音乐

背景图

同一美景移动播放/雷雨天气实况/下雨实况+手机图标

功能点

- a. 精准 (卫星监控、具体时间点、街道社区、实时更新、一公里内)
- b. 免费下载
- c. 天气预测 (15天)
- d. 语音播报

尾帧

动态提示下载; 醒目提示图标

场景

真人口播、地球仪、旅游地、景区

素材优化，经典案例

“真人”口播增加信任感



“地球”开场满足猎奇心理



“雨雪”场景营造氛围感



“动态”图标加深用户记忆



整体投放节奏：有思路的测试与细节优化

测试期

账户申请；预算准备；链接准备；
跟踪方式和数据监控平台；
素材方向选取；制作及视频拍摄；
人群包准备；

测试周期：7-10天

测试预算1-2w左右，重点测试优选位置的视频，优选真人剧情、口播等高相关素材，测试素材的转化及下单成本

调整期

素材大量级新增；主要素材方向全部覆盖；重点广告位置覆盖；
定向及人群包测试；视频内容提升
时段地域等测试

测试周期：2-3周

投放预算2-5w左右，测试标签定向和人群定向的转化，重点增加视频内容创作，增加爆款素材产出，确定绩优素材提升量级

稳定期

多维度测试素材方向及落地页；
出价方式测试；其他资源位尝试；
媒体新资源及新功能推进；
活动配合及行业动态把控；

稳定后端成本，长期投放

投放预算10w及以上，前期投放的高转化素材为主，其他资源位辅助投放；
媒体内测资源

梅雨季/旅游季/极端天气前加大投放，满足上涨用户需求，提高市场渗透率

项目核心成果展示



项目经验总结

运筹帷幄

- 项目投放过程，充分掌握**市场环境**
- 详尽的运营计划，**预测**不同广告位跑量能力
- 多账户多版位多转化目标，**提升**流量

推陈出新

- 围绕素材，不断**创新**
- 善用工具，素材玩法**多变**
- 巧用热点关联，融入内容，提升**热度**