数智驱潮·驭见未来
——惠普游戏本：AI赋能广告效率跃升

- **品牌名称：**惠普
- **所属行业：**计算机硬件行业
- **执行时间：**2024.09.01-10.31
- **参选类别：**效果营销类

挑战

- 品牌增长受限，需要寻找新的增长方向
- 消费者行为日趋复杂，需求和偏好不断变化

机会

- 数据分析技术的科学高效
- AI+营销开启数字营销3.0时代

营销目标

通过数据分析实现**数据驱动**的决策优化，结合**AI工具**分析消费者行为，

助力品牌**挖掘目标客户群体**，促进**广告转化**

驱动数智营销的基础

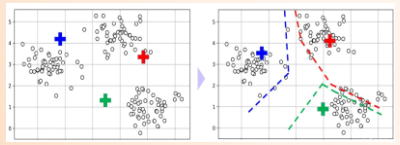
京东数坊

4A消费者资产挖掘

锁定分析对象

聚类分析

K-Means 聚类算法



将无序数据进行分组聚类为具有相似特征的消费者组群

大语言模型

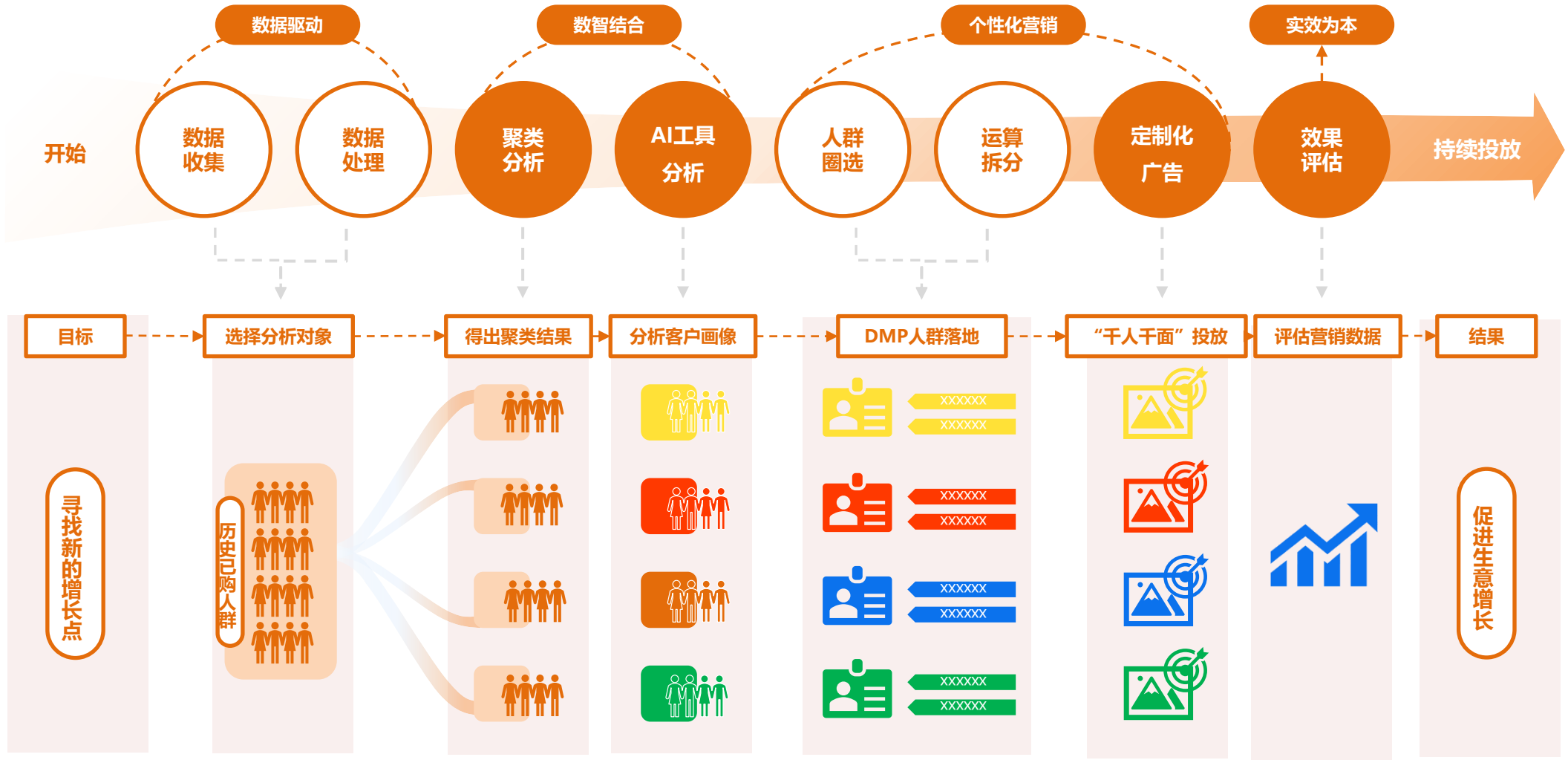
神经网络深度学习技术

精准的用户画像构建

深挖
消费行为

提高
营销转化

营销策略：数智结合 深入洞察，寻找新的机会人群，促进生意增长



数据驱动：利用数坊&DataLab，构建用户模型

Step1：数据收集

利用数坊人群资产，圈选历史已购人群

JD 4A 消费者生命周期模型

Aware

Appeal

Act

Advocate

本品牌X游戏
本三级类目
历史已购人群

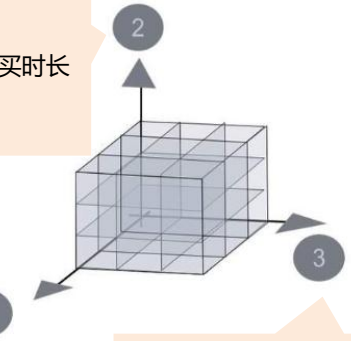
Step2：数据处理

使用数坊 DataLab 进行特征配置，完成数据处理

特征配置依据

RFM指标特征
•京东站内最近一次购买时长
·本品购买频次
·本品购买价格

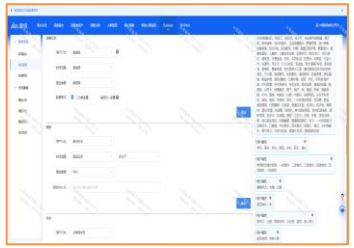
基础特征
·性别
·年龄
·下单途径
·学历
·城市线级
·婚姻状态
·购买力



需求和兴趣特征
·京东购物行为

特征配置

点选特征



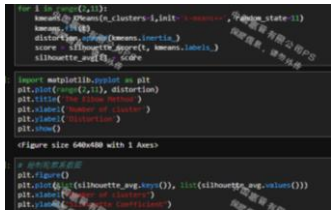
数智结合：K-Means聚类算法与AI大语言模型协同构建用户画像

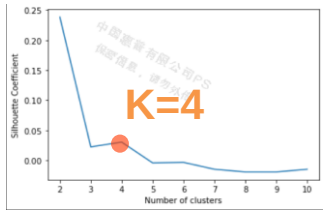
Step3：K-Means聚类算法

1.使用K-Means 算法，确定最优簇数

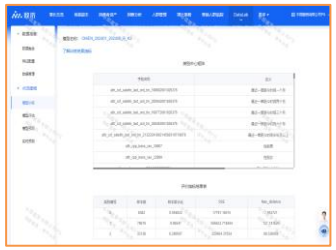
$$d(x,y)^2 = \sum_{j=1}^{m}(x_j - y_j)^2 = ||x-y||_2^2$$

$$SSE = \sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{k} w^{(i,j)}||x^{(i)} - \mu^{(j)}||_2^2$$





2. 模型训练



3. 生成聚类结果

Step4：AI梳理人群画像

人工

输入角色框架提示词

- 角色（Role）
- 背景（Background）
- 目标（Goals）
- 限制（Constrains）
- 输出格式（Output Format）
- 工作流程（Workflow）

输出人群画像

大语言模型

个性化营销：打破常规，精准利用人群定向和人群偏好，实现广告精准落地

Step5：圈选人群

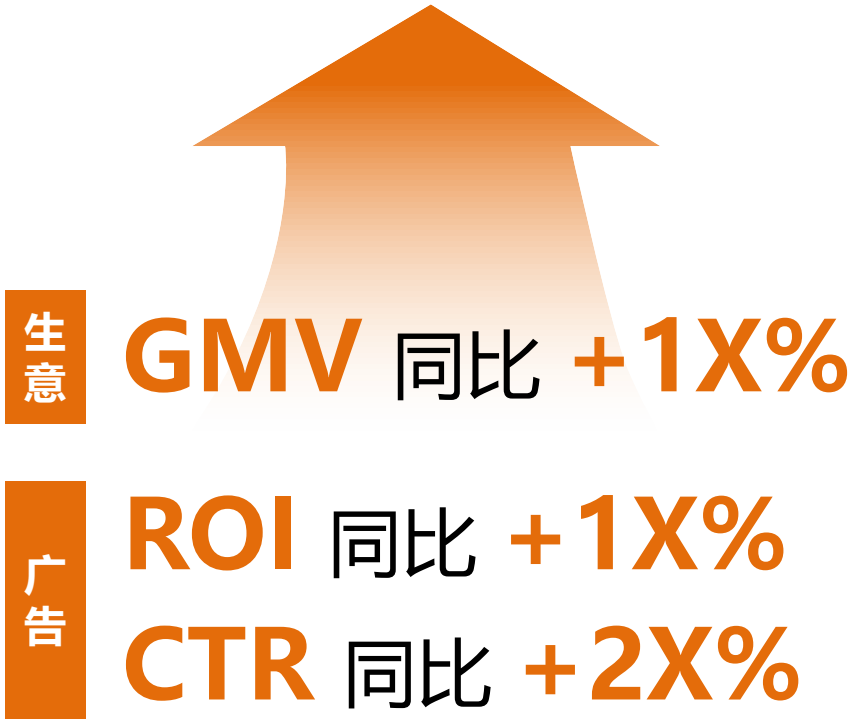
游戏爱好者	高消费人群	Z世代一族	家庭人群
·游戏爱好者 ·游戏电竞达人 ·游戏IP偏好	·靶群-都市中产 ·靶群-小镇中产 ·高购买力人群	·靶群-学生一族 ·靶群-都市Z世代 ·年龄18-25人群	·靶群-都市家庭 ·靶群-小镇家庭 ·有车有房人群

运算拆分

全域	跨类目	本类目	本品
差 二级类目行为	∩ 二级类目行为 差 三级类目行为	∩ 三级类目行为 差 品牌+三级类目行为	∩ 品牌+三级类目行为 差 三级类目行为

Step6：定制化广告视觉

实效为本：实现广告转化提升的营销目标



数智结合的实效性

本案例展示了如何通过数据分析和AI大语言模型的结合，制定和实施基于数据的营销决策，实现广告提效，ROI同比↑1X%，店铺GMV同比↑1X%。

个性化的广告定向

针对不同人群投放的定制化广告素材，显著提高了用户的点击兴趣，使CTR同比↑2X%。

数据来源：京东商家数据平台：商智，2023年9-10月 & 2024年9-10月；京东广告平台：京准通，2023年9-10月 & 2024年9-10月