惠普跨域联动，共助生意增长
打破平台壁垒，实现全域共赢

- **品牌名称：**中国惠普
- **所属行业：**3C数码
- **执行时间：**2024.10.20-11.11
- **参选类别：**电商营销类

面对京东广告投放平台流量瓶颈及人群局限，联合其他营销平台，共同寻找新的契机，突破平台限制，获得更多有效流量，多维度触达目标人群，寻求生意增长机会点。

单一平台流量受限，竞价成本不断攀升，
需要寻求新的突破点，助力生意持续增长

营销策略

01 站内外联动

有效利用站外媒体触达人群，让站外流量更加有效的在站内再营销

02 数智一体

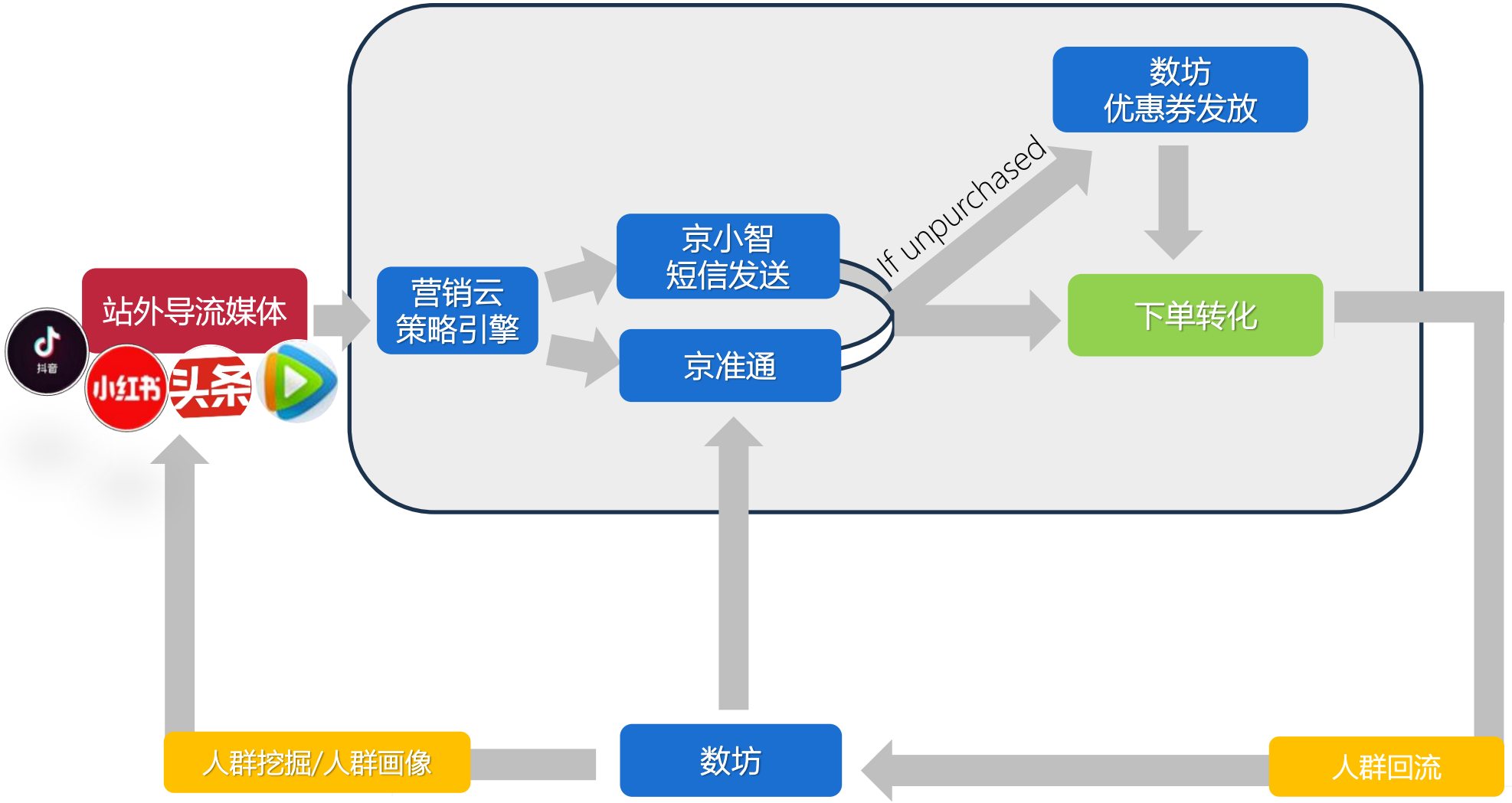
科学算法模型价值评估加持，人群有效分层运营，提升触达有效率

03 全域共营

打破单一平台流量瓶颈，全域协同投放，共助生意增长

人群流转 打破平台壁垒，反复触达目标人群，多链路促转化

执行过程/媒体表现



承上启下

承接站外媒体回流人群，结合数坊平台触达站内目标人群，进行精准营销

执行过程/媒体表现

多媒体渠道联动投放；

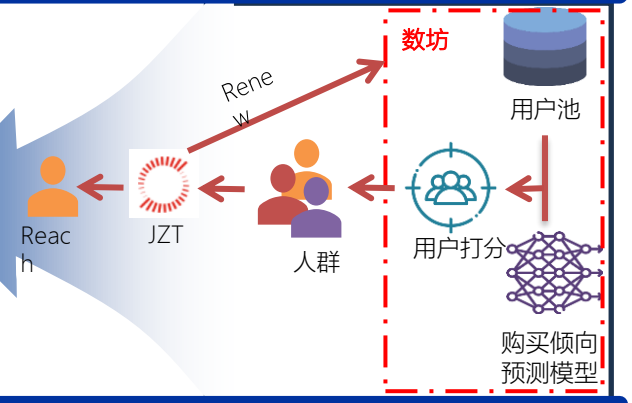
站外广告 | 推荐广告 | 搜索快车 | 智能投放 | 全站营销（new）

实现广告全方位覆盖，打破流量边界，精准获客和转化；

京准通平台

×

数坊平台



两大营销平台协同应用，发挥更高效的营销力量

高相关模型人群 → 广告全方位曝光 → 心智营销 → 核心Target人群 → 下单转化

站外投放

拓展流量，引导到店

开屏广告，充分展示主推商品卖点

×

站内展示广告

强势露出，主动触达

锁定大曝光资源位

×

搜索类广告

占领搜场，流量拦截

高溢价，保证广告头部露出

京小智×优惠券 触达目标用户

执行过程/媒体表现

京小智短信

◆ **定制化视觉传达**

依据用户行为和偏好，精心设计图文内容，提升信息的吸引力和阅读体验

◆ **跨域引流到店**

站外信息触达，引导潜在用户到店，提升商品有效流量，加速销售转化

◆ **品牌认知深化**

强化品牌形象，提升用户体验，实现品牌长期发展

优惠券弹窗

◆ **精准优惠券营销**

针对未转化人群，定制不等额优惠券包，实现精准营销

◆ **动态弹窗激励**

优惠券即时弹窗目标用户，提升用户参与感和紧迫感

◆ **关键节点助推**

关键时刻精准助推，激发用户购买行动，促成"临门一脚"的效果

多触点用户购买促进，精准提升销售成效

投放效果数据

全店CVR YOY

70%

“三足鼎立”打开新局面

京小智进店率

14.3%

京准通点击量 YOY

20%

京准通ROI YOY

17%

京小智付款转化率

1.7%

数坊优惠券ROI

81

数坊优惠券核销率

0.31%

*数据来源于京东广告平台、数坊平台、商智平台及京小智平台；数据维度为D11期间；

全店CVR YOY

70%

京小智进店率
14.3%

京准通点击量 YOY
20%

京准通ROI YOY
17%

京小智付款转化率
1.7%

数坊优惠券ROI
81

数坊优惠券核销率
0.31%

*数据来源于京东广告平台、数坊平台、商智平台及京小智平台；数据维度为D11期间；