

惠普京腾智慧精准营销，开启品商 合一新次元

- ◆ 所属行业：I T
- ◆ 执行时间：2016.7.25-7.29
- ◆ 执行范围：全国
- ◆ 参选类别：大数据营销类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景&目标

背景介绍：

QQ，全球用户覆盖最广的社交应用；HP，全球打印机市场占有率最高的品牌。

当QQ与HP打印机邂逅，惠普QQ物联打印机应运而生。产品可以通过手机QQ实现文件的一键打印，在为用户提供便捷服务的同时，也注定与腾讯平台产生了千丝万缕的联系。

本次合作，品牌希望基于腾讯平台，在品牌声量达成的同时，实现产品的高效转化。

项目目标：

通过大数据，在腾讯用户中，精准捕捉HP打印机的潜在购买人群，并实现深度触达。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察：

腾讯大数据平台可以有效精准受众的基础属性与社交，资讯，娱乐视听等网络行为，从而实现有效的认知覆盖与互动分享；

但由于自身媒体属性，对于涉及到用户的购买转化数据，长期以来确实存在一个空白，使得补全用户的完整行为路径，成为本次项目的核心要素。

策略：

通过京东平台挖掘用户多维购买数据，对接腾讯广告平台实现品牌声量最大化覆盖，最终引流至电商平台引导购买。实现用户线上完整行为路径的捕捉及利用。

Attention - 潜在购买人群挖掘

Interest - 优选平台投放

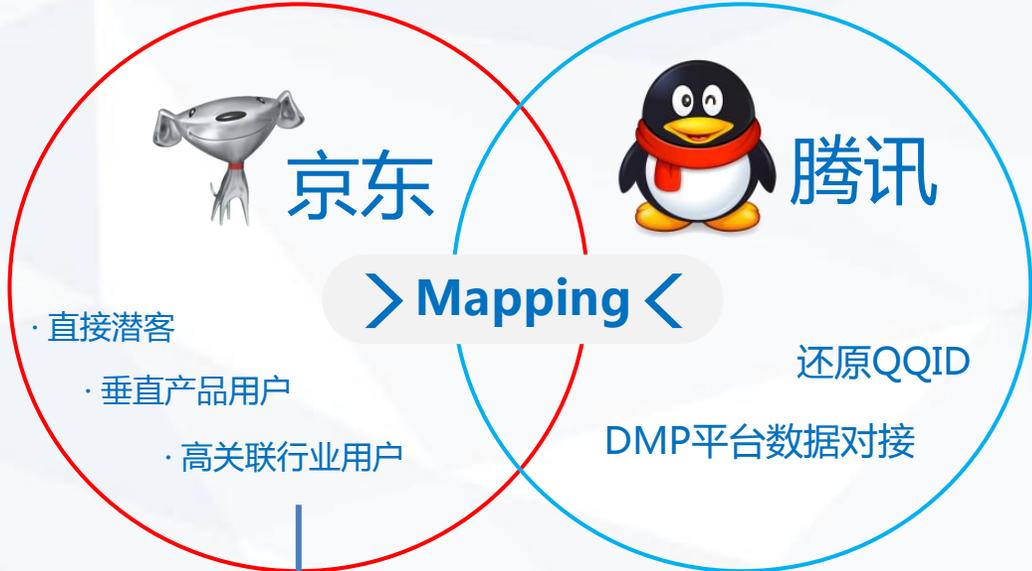
Desire - 引流电商平台

Action - 商品关注/购买



Top
Mobile
Awards

过程&实施



- 直接潜客：**
曾经购买，收藏或浏览过惠普及竞品同级别型号PC的用户
- 垂直产品用户：**
对其他办公产品，如笔记本电脑，打印机等产品购买或关注的用户
- 高关联行业用户：**
购买过手机，大家电，机票预定，租车服务，
签证门票，教育培训，商旅服务等产品与服务的“商务人群”

1 Attention 潜在购买人群挖掘

京东与腾讯实现数据对接，定义用户多维电商行为，通过京东数据平台进行抓取；

对接腾讯DMP大数据平台，对京东用户数据进行匹配，还原QQID，在腾讯平台实现用户线上行为的完整呈现。



2 Interest 优选平台广告投放



选择“商务人群”集中的腾讯视频与资讯客户端作为投放平台，实现对目标受众的广泛覆盖。

Feeds

以原生信息流的形式进行广告呈现，产品信息自然露出，将用户打扰将至最低。



3

Desire 引流电商平台

用户点击广告，直接唤起产品电商页面。

通过腾讯平台的广泛曝光，将产品声量进行最大化覆盖，为用户下一步的决策行为充分引流。

将用户的认知-转化路径缩到最短；



4 Action

商品关注/购买

通过腾讯平台唤起的页面，支持用户通过微信一键支付，实现了腾讯——京东跨平台的无缝对接，以及形成用户的一站式购买闭环。



Top
Mobile
Awards

亮点&创意

建立用户完整行为路径

通过本次合作，用户完整的线上行为路径得以建立；扩充了腾讯大数据维度，拓展了数据营销的更多可能性；

平台无缝对接

腾讯强大技术能力实现广告——电商购买的无缝对接，为用户提供了自然，高效的跨平台网购体验，将用户的流失率将至最低；

实现品商合一

由于腾讯，京东的跨平台数据对接，第一次实现了通过互联网，将产品认知，兴趣激发，思考决策与最终转化的AIDA模型完整呈现。品牌通过一次投放，即可完成品商合一的双重目的。



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

目标受众精准挖掘：

成功挖掘，匹配精准潜客人群**160万**；

广告表现遥遥领先：

总点击率：**0.74%**，超行业均值**3.7倍**

转化效果立竿见影：

投放期间，京东产品浏览量增长**76%**，销售量增长**69%**