



AI 营销

提升顾客生命周期价值



中国日化消费品市场
规模平稳增长

市场竞争加剧，
市场集中度呈下降趋势

消费者多元化、
个性化趋势明显





上层中产阶级及富裕人群拉动新经济时代消费增长



新世代消费者消费力更强、消费意愿更高，成为消费市场的主导力量



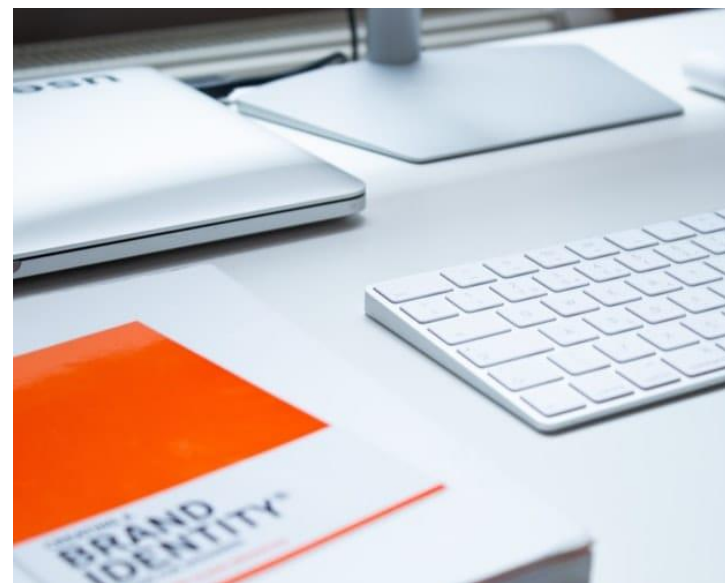
老年消费人群影响力与日俱增，他们拥有强大的购买力和独特的需求



从满足日常需求到改善生活品质

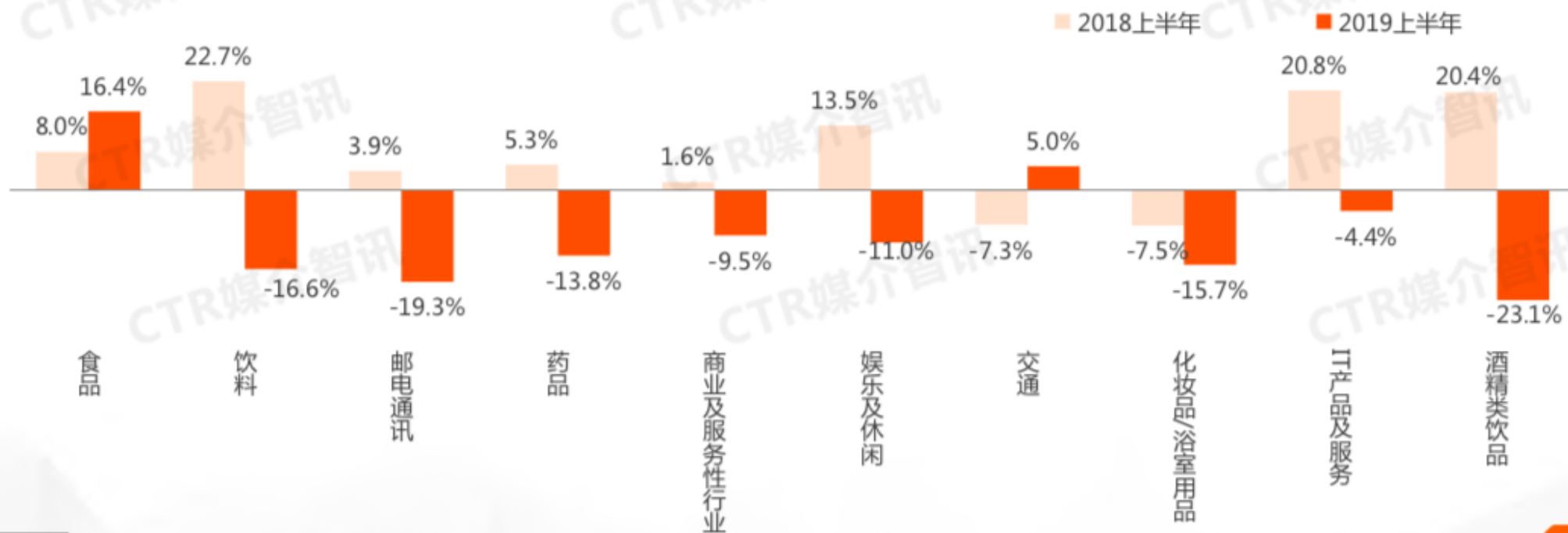


绿色健康消费成为新常态



消费者品牌意识越来越强

2018-2019上半年TOP10行业投放刊例花费同比增幅

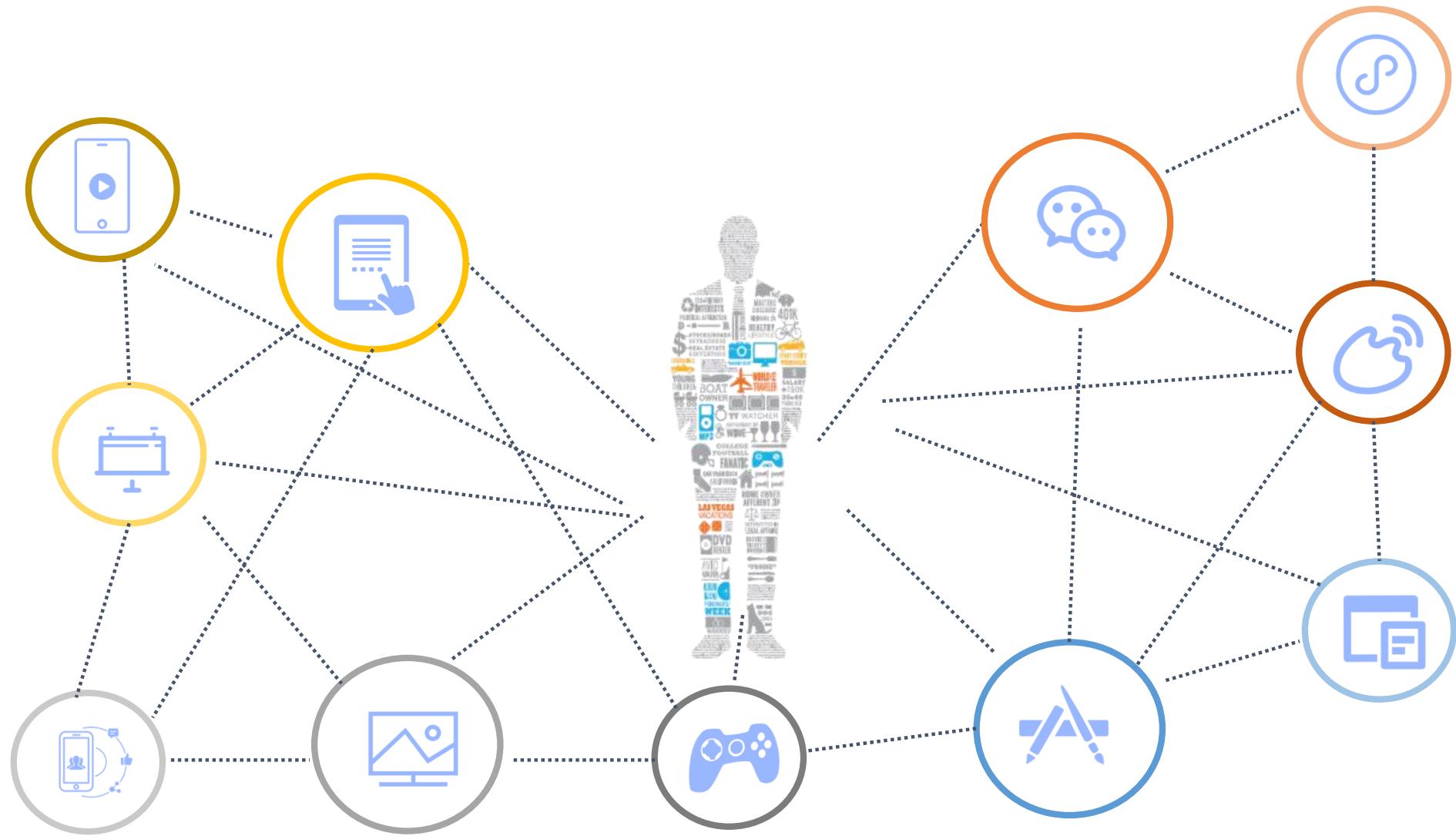


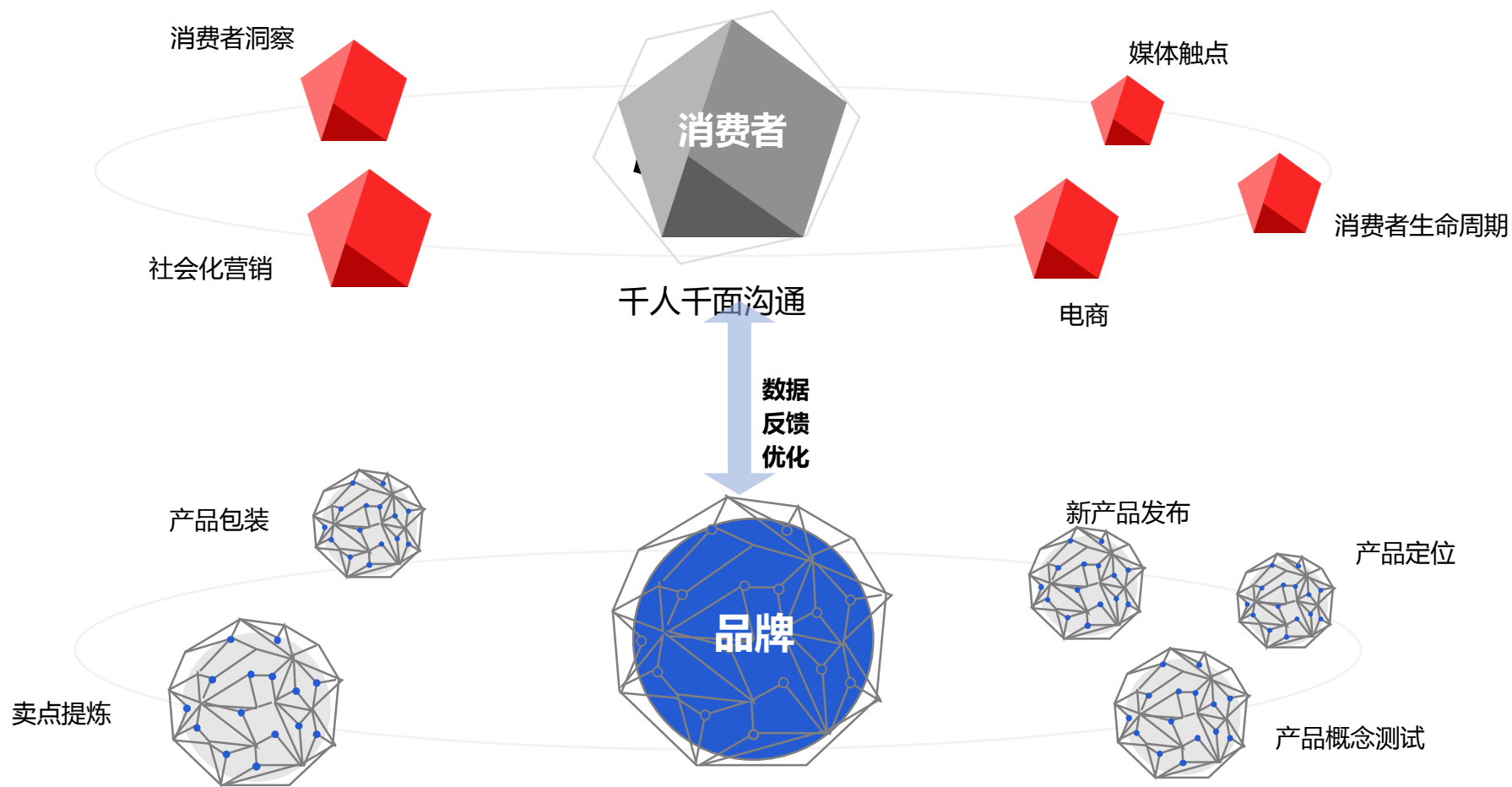
P 11

国际视野 洞察中国 | Global Perception, China Insight

数据来源：CTR媒介智讯





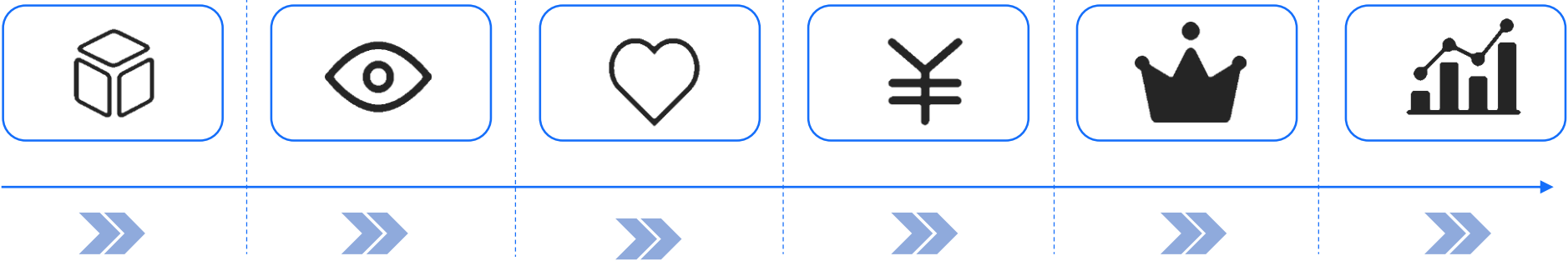




LIFES
TAGE



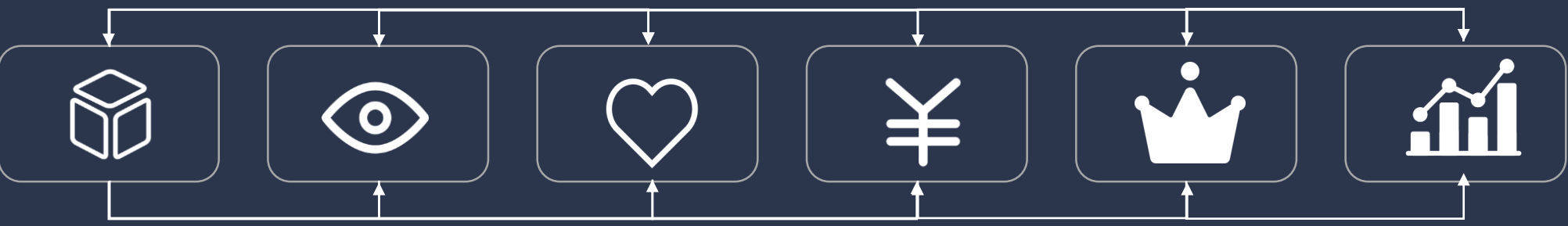
BREAKING POINTS AND SEQUENTIAL



AS-IS

MANAGEABLE AND CONNECTED

To-
be



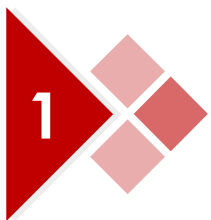


- 01 如何获得品牌的多维度人群画像
- 02 消费者的细分与精细化运营
- 03 一站式的消费者触达及价值洞察
- 04 围绕消费者生命周期的智能营销

An aerial night view of a city skyline, likely New York City, with numerous skyscrapers illuminated. A network of white lines connects various points across the image, suggesting data connectivity or a digital overlay. Some points on the network are labeled with numbers like 401.04, 239.04, 237.84, 450.94, 644.74, and 802.54.

01/

从大数据中了解消费者



赋能产品定位与设计

人群画像用于辅助日化产品定位和设计，评价需求是否有价值。
依据人群特性进行产品设计和测试验证，让产品符合目标用户的需求。



深刻洞察核心消费者

了解消费者核心消费者的基本属性、兴趣爱好、消费动机、消费偏好、触媒习惯等。



全面洞察营销触达人群细分

分子品牌、分区域、分人群、分阶段、分媒介、分触达方式类型，进行消费者画像配合研究，进行不同媒介触达人群差异化分析，根据群细分，对不同的人群进行差异化的营销沟通。



指导优化媒介投放策略

查看某次营销推广活动的用户画像，对比核心人群与触达策略人群分析，以及时调整媒介触达策略（触达TA，触达媒介，触达频次等）。



指导设计并优化消费者旅程

分析核心消费人群、潜在目标人群以差异化设计不同目标人群分组的营销旅程、沟通内容、触达策略、促销策略等。

CRM数据

媒体投放数据

(通过广告及网站监测数据
扩大潜在消费者群体)

线下数据

(通过线下数据扩大目标人群)

- 广告点击人群
- 页面浏览人群
- 提交注册人群
- 线下注册人群
- 线下人群
- CRM系统人群
-

第一方
数据



第三方
数据



- ✓ 了解核心人群的基本属性和兴趣偏好
- ✓ 核心人群群组细分，选择个性化的营销触达方式
- ✓ 不同产品人群差异化分析
- ✓ 帮助品牌了解消费者，选择正确的营销沟通方式

品友DAAT人群数据库

人地关系数据

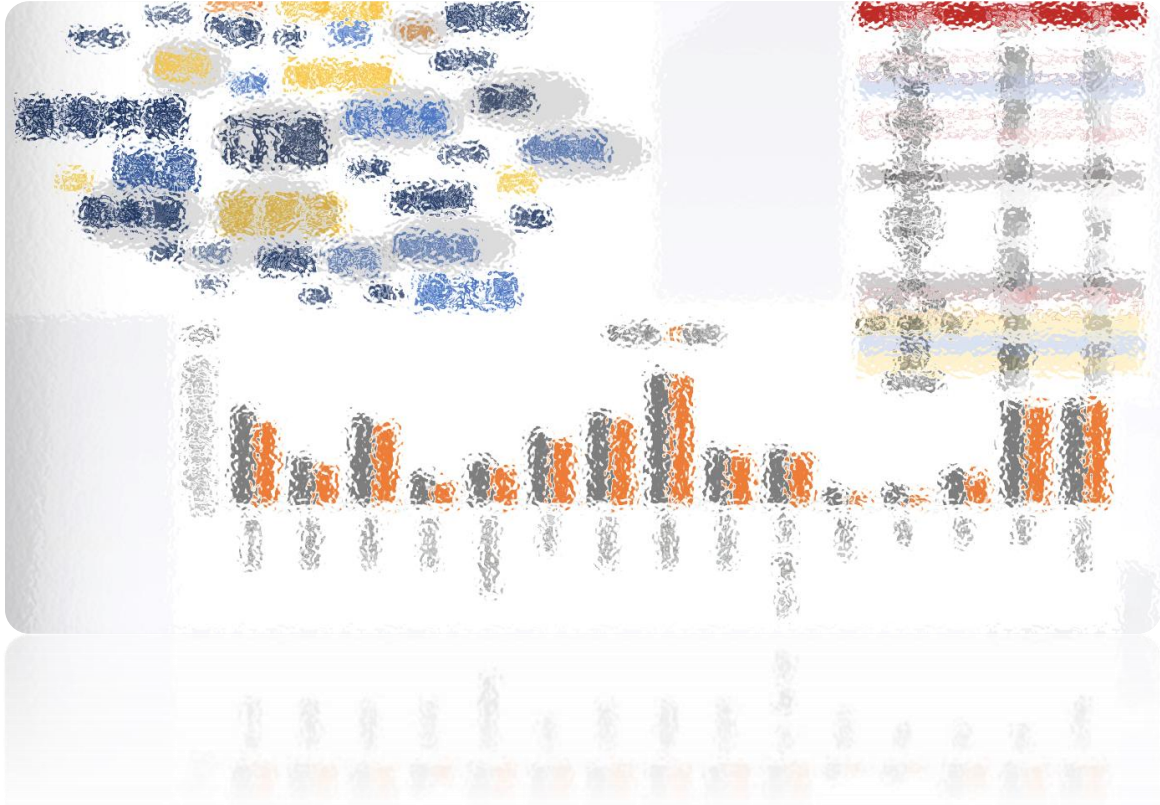
运营商数据

京东商城数据

潜在消费者画像

线上行为

营销启示





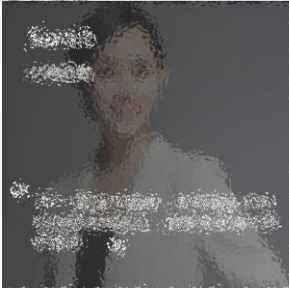
1	1	1
2	2	2
3	3	3
4	4	4
5	5	5
6	6	6
7	7	7
8	8	8
9	9	9
10	10	10
11	11	11
12	12	12
13	13	13
14	14	14
15	15	15
16	16	16
17	17	17
18	18	18
19	19	19
20	20	20
21	21	21
22	22	22
23	23	23
24	24	24
25	25	25
26	26	26
27	27	27
28	28	28
29	29	29
30	30	30
31	31	31
32	32	32
33	33	33
34	34	34
35	35	35
36	36	36
37	37	37
38	38	38
39	39	39
40	40	40
41	41	41
42	42	42
43	43	43
44	44	44
45	45	45
46	46	46
47	47	47
48	48	48
49	49	49
50	50	50
51	51	51
52	52	52
53	53	53
54	54	54
55	55	55
56	56	56
57	57	57
58	58	58
59	59	59
60	60	60
61	61	61
62	62	62
63	63	63
64	64	64
65	65	65
66	66	66
67	67	67
68	68	68
69	69	69
70	70	70
71	71	71
72	72	72
73	73	73
74	74	74
75	75	75
76	76	76
77	77	77
78	78	78
79	79	79
80	80	80
81	81	81
82	82	82
83	83	83
84	84	84
85	85	85
86	86	86
87	87	87
88	88	88
89	89	89
90	90	90
91	91	91
92	92	92
93	93	93
94	94	94
95	95	95
96	96	96
97	97	97
98	98	98
99	99	99
100	100	100



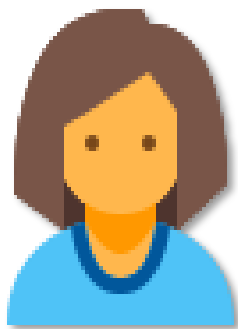
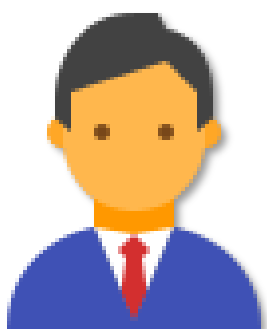
1	1	1
2	2	2
3	3	3
4	4	4
5	5	5
6	6	6
7	7	7
8	8	8
9	9	9
10	10	10
11	11	11
12	12	12
13	13	13
14	14	14
15	15	15
16	16	16
17	17	17
18	18	18
19	19	19
20	20	20
21	21	21
22	22	22
23	23	23
24	24	24
25	25	25
26	26	26
27	27	27
28	28	28
29	29	29
30	30	30
31	31	31
32	32	32
33	33	33
34	34	34
35	35	35
36	36	36
37	37	37
38	38	38
39	39	39
40	40	40
41	41	41
42	42	42
43	43	43
44	44	44
45	45	45
46	46	46
47	47	47
48	48	48
49	49	49
50	50	50
51	51	51
52	52	52
53	53	53
54	54	54
55	55	55
56	56	56
57	57	57
58	58	58
59	59	59
60	60	60
61	61	61
62	62	62
63	63	63
64	64	64
65	65	65
66	66	66
67	67	67
68	68	68
69	69	69
70	70	70
71	71	71
72	72	72
73	73	73
74	74	74
75	75	75
76	76	76
77	77	77
78	78	78
79	79	79
80	80	80
81	81	81
82	82	82
83	83	83
84	84	84
85	85	85
86	86	86
87	87	87
88	88	88
89	89	89
90	90	90
91	91	91
92	92	92
93	93	93
94	94	94
95	95	95
96	96	96
97	97	97
98	98	98
99	99	99
100	100	100



1	1	1
2	2	2
3	3	3
4	4	4
5	5	5
6	6	6
7	7	7
8	8	8
9	9	9
10	10	10
11	11	11
12	12	12
13	13	13
14	14	14
15	15	15
16	16	16
17	17	17
18	18	18
19	19	19
20	20	20
21	21	21
22	22	22
23	23	23
24	24	24
25	25	25
26	26	26
27	27	27
28	28	28
29	29	29
30	30	30
31	31	31
32	32	32
33	33	33
34	34	34
35	35	35
36	36	36
37	37	37
38	38	38
39	39	39
40	40	40
41	41	41
42	42	42
43	43	43
44	44	44
45	45	45
46	46	46
47	47	47
48	48	48
49	49	49
50	50	50
51	51	51
52	52	52
53	53	53
54	54	54
55	55	55
56	56	56
57	57	57
58	58	58
59	59	59
60	60	60
61	61	61
62	62	62
63	63	63
64	64	64
65	65	65
66	66	66
67	67	67
68	68	68
69	69	69
70	70	70
71	71	71
72	72	72
73	73	73
74	74	74
75	75	75
76	76	76
77	77	77
78	78	78
79	79	79
80	80	80
81	81	81
82	82	82
83	83	83
84	84	84
85	85	85
86	86	86
87	87	87
88	88	88
89	89	89
90	90	90
91	91	91
92	92	92
93	93	93
94	94	94
95	95	95
96	96	96
97	97	97
98	98	98
99	99	99
100	100	100



1	1	1
2	2	2
3	3	3
4	4	4
5	5	5
6	6	6
7	7	7
8	8	8
9	9	9
10	10	10
11	11	11
12	12	12
13	13	13
14	14	14
15	15	15
16	16	16
17	17	17
18	18	18
19	19	19
20	20	20
21	21	21
22	22	22
23	23	23
24	24	24
25	25	25
26	26	26
27	27	27
28	28	28
29	29	29
30	30	30
31	31	31
32	32	32
33	33	33
34	34	34
35	35	35
36	36	36
37	37	37
38	38	38
39	39	39
40	40	40
41	41	41
42	42	42
43	43	43
44	44	44
45	45	45
46	46	46
47	47	47
48	48	48
49	49	49
50	50	50
51	51	51
52	52	52
53	53	53
54	54	54
55	55	55
56	56	56
57	57	57
58	58	58
59	59	59
60	60	60
61	61	61
62	62	62
63	63	63
64	64	64
65	65	65
66	66	66
67	67	67
68	68	68
69	69	69
70	70	70
71	71	71
72	72	72
73	73	73
74	74	74
75	75	75
76	76	76
77	77	77
78	78	78
79	79	79
80	80	80
81	81	81
82	82	82
83	83	83
84	84	84
85	85	85
86	86	86
87	87	87
88	88	88
89	89	89
90	90	90
91	91	91
92	92	92
93	93	93
94	94	94
95	95	95
96	96	96
97	97	97
98	98	98
99	99	99
100	100	100



美拍类 (TGI)



Top1



Top2

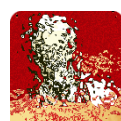


Top3

美食/外卖类 (TGI)



Top1



Top2



Top3



Top4



Top5

健身类 (TGI)



Top1

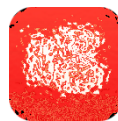


Top2



Top3

音乐类 (TGI)



Top1



Top2



Top3

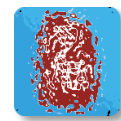
健康养生类 (TGI)



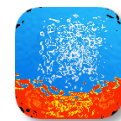
Top1



Top2



Top3



Top4

阅读类 (TGI)



Top1



Top2



Top3

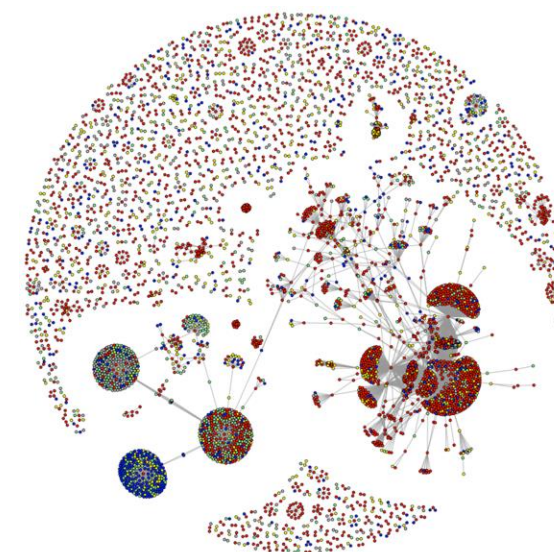
基于社交兴趣设计产品包装式样



通过红包等方式，吸引用户对产品包装设计进行选择



反作弊算法有效防止羊毛党

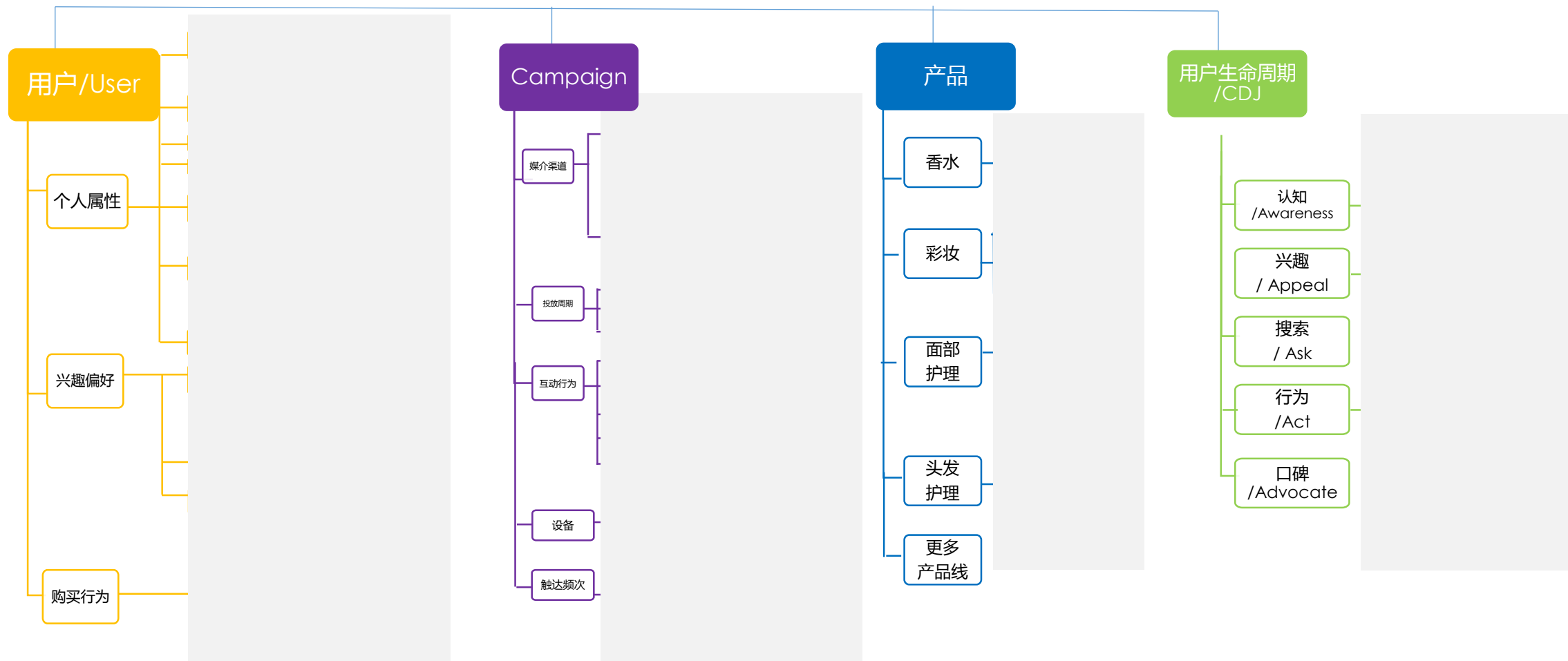


An aerial night view of a city skyline, likely New York City, with numerous skyscrapers illuminated. A network of white lines connects various points across the image, suggesting a data or communication network. Some points are labeled with numbers like 401.04, 239.04, 237.84, 450.94, 644.74, and 802.54.

02/

消费者细分与精细化运营

一方标签体系（示例）



多DMP实时智选

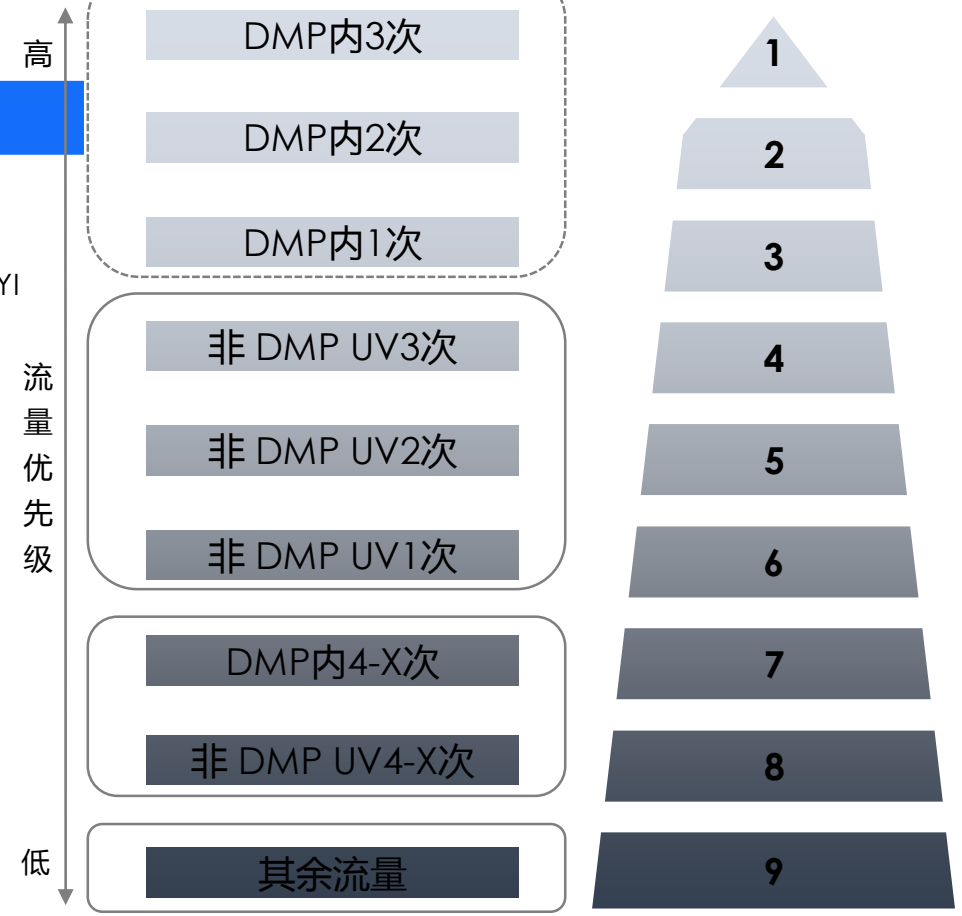
- 品牌第一方 DMP
- Miaozhen DMP 1
- 品友 DMP
- Miaozhen DMP 2

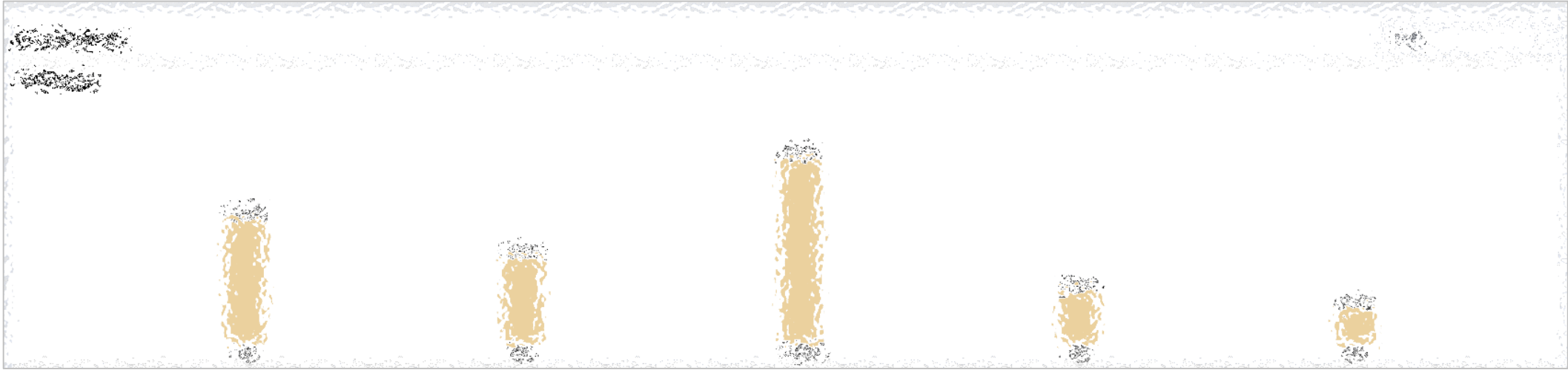
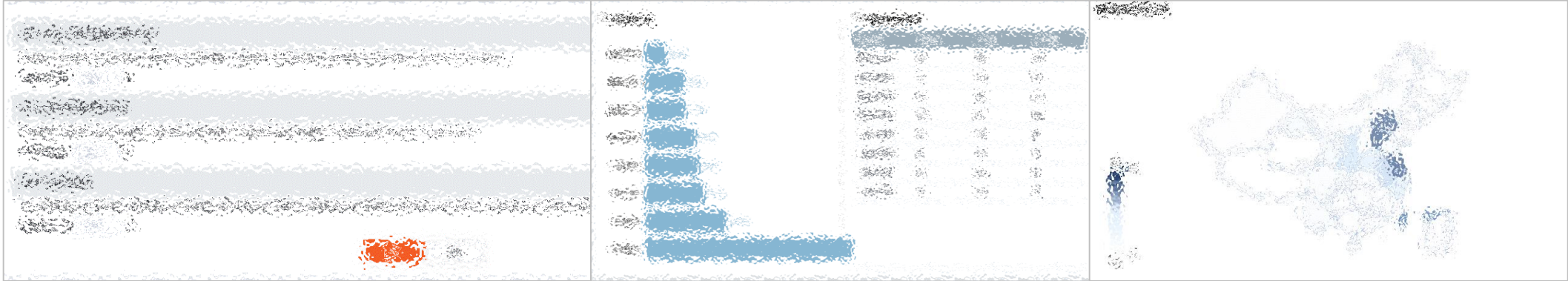


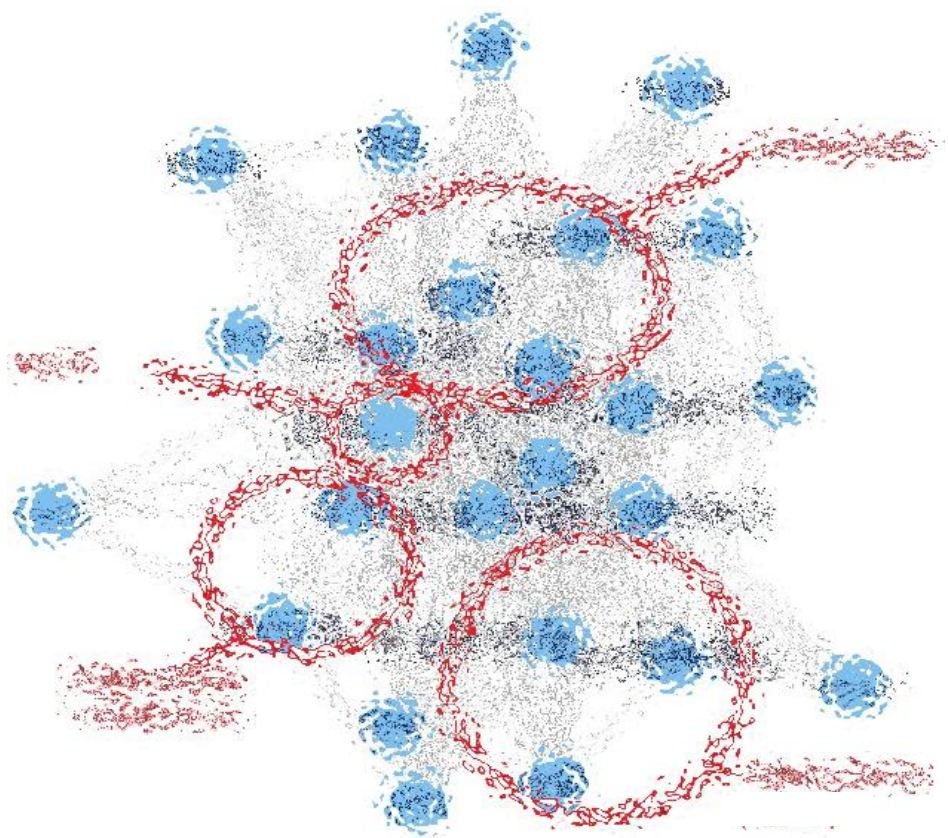
推送比1:1.5
媒体：YOUKU/TENCENT/IQIYI
KPI：3+ Reach

36%
TA 3+reach uplift
Vs Norm

DMP-TA * 频次 多级退量算法框架







(越接近核心越重要，连线越多则相关度越高)

对人群相关性分析 以下四类人群可重点影响



关注健康养生人群



女性群体

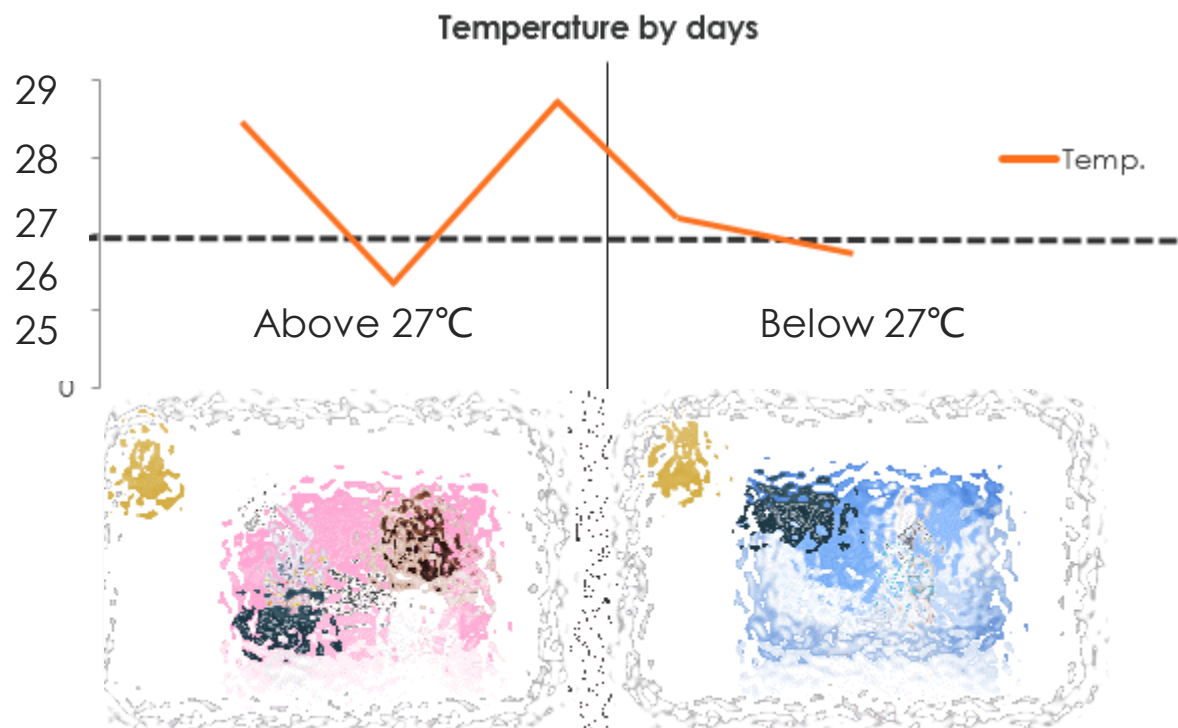
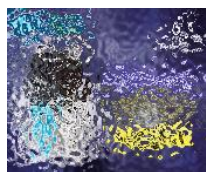
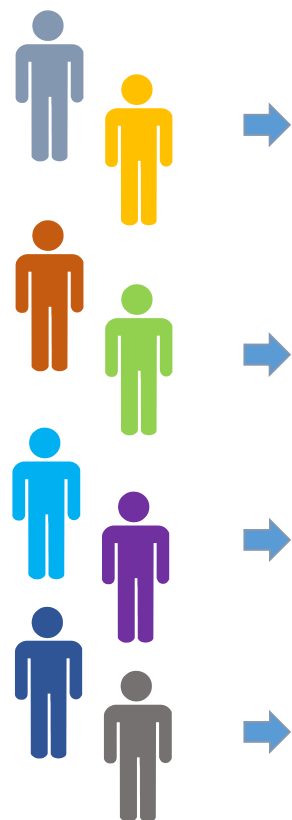


企业管理者/商务白领



学生人群

不同类别的人群对应不同版本的创意，每组人群又区分高温和低温版素材，
当温度高于27°C时展示高温版创意，低于27°C时则展示相应人群的低温素材。



PC CTR

1.56X

KPI

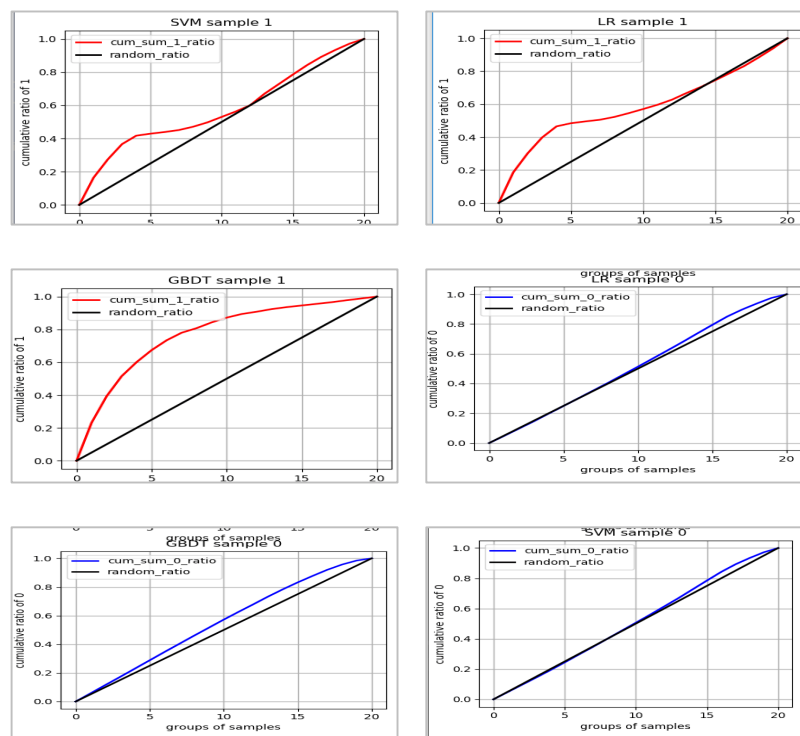
Actual

Mob CTR

1.46X

KPI

Actual



消费者生命周期预测细分



学生党

• 预测进入高校



职场新人

• 预测初入职场



新婚夫妇

• 预测刚结婚



奶爸宝妈

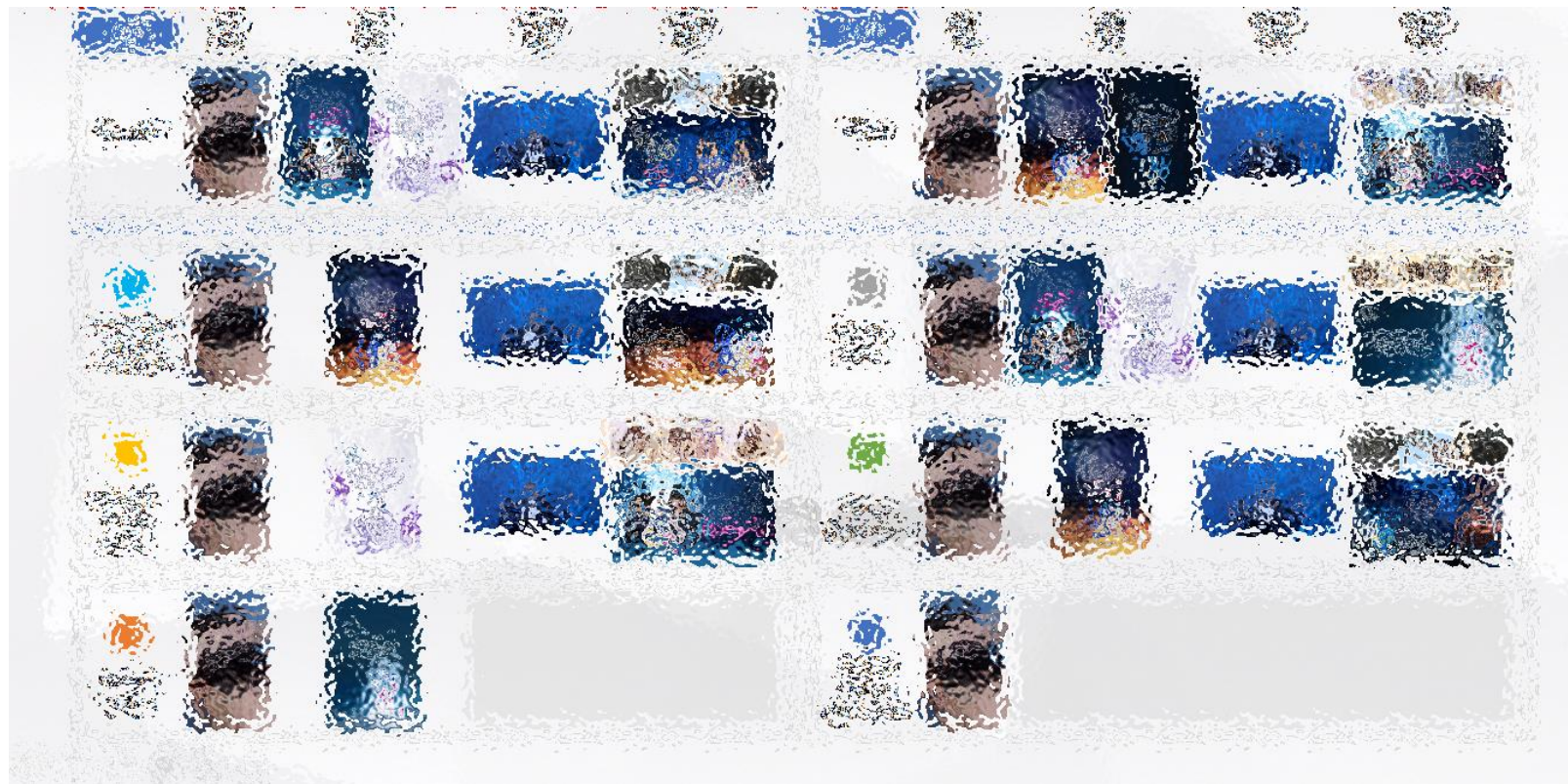
• 预测新手爸妈

其他类型等...

An aerial night view of a city skyline, likely New York City, with numerous skyscrapers illuminated. A network of white lines connects various points across the image, suggesting a digital or data network. Some points are labeled with numbers like 401.04, 239.04, 237.84, 250.94, 644.74, and 802.54.

03/

一站式消费者触达及价值验证



以消费者为中心，
跨采买形式
跨媒体
跨资源形式
跨Campaign
联动

OTV 包剧广告曝光



圈定曝光人群



A-曝光1~3次人群
A-曝光3次以上人群
B-曝光1~3次人群
B-曝光3次以上人群
控制组- (未受广告影响的随机组)

对比5组曝光人群在京站内行为转化数据

电商转化效果验证

浏览

• 浏览产品页面人数

搜索

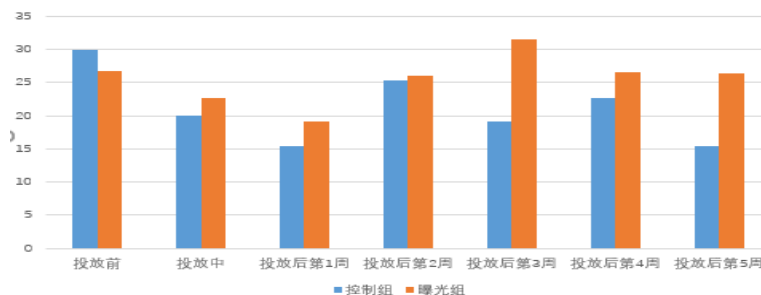
• 搜索关键词人数：品牌中文名称，品牌英文名称，品牌三段等

购买

• 下单品牌产品的人数



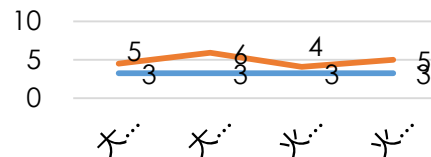
投放前中后 广告曝光与控制组到电商搜索行为分析



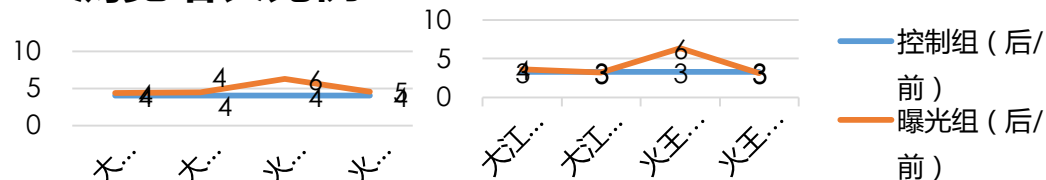
投放中到投放后五周，曝光组的搜索人数都比控制组搜索人数高。

投放后 电商搜索、浏览、下单行为增长分析

搜索增长比例



浏览增长比例

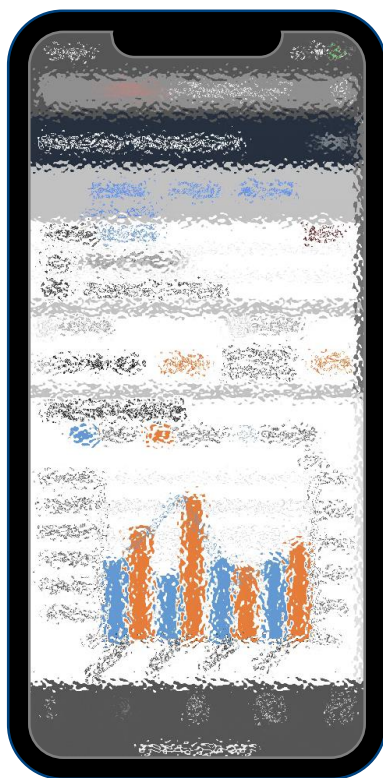


投放后和投放前比较，A带来了更多搜索增长，B人群带来了更多浏览和下单人数增长。

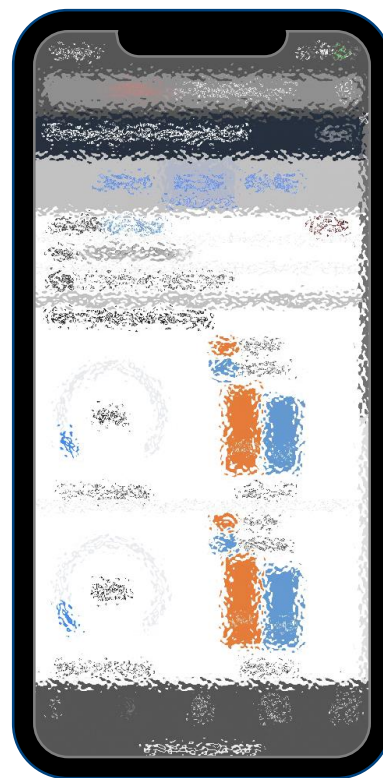
Campaign总况页



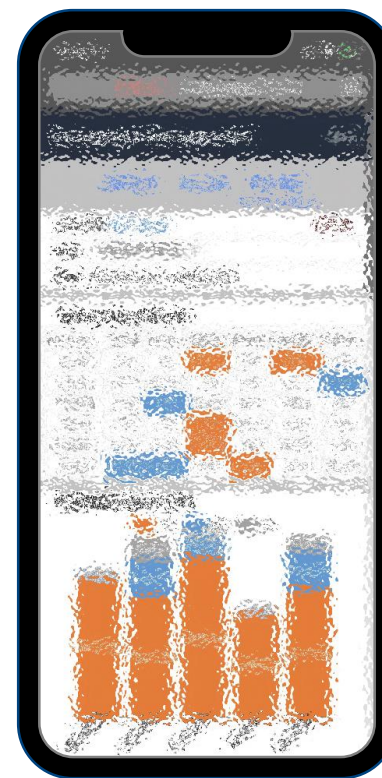
分订单数据：排期进度



分订单数据：KPI达成



分订单数据：媒介洞察



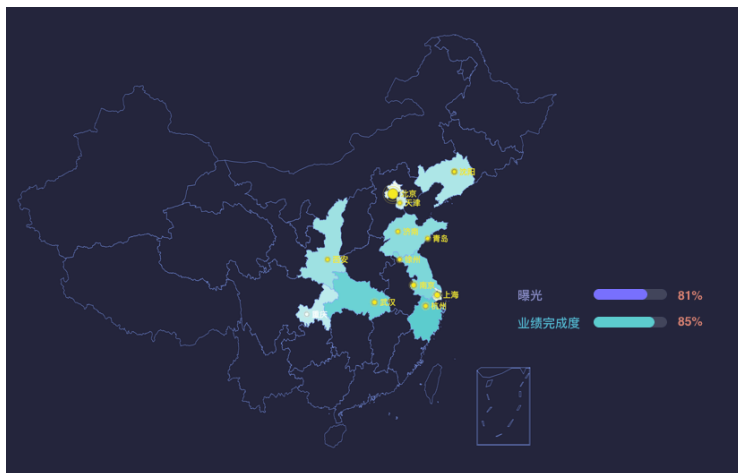
监控媒体实时放量数据，监控分不同市场消费者覆盖数据，结合KPI指标快速调整媒介、人群、频次、跨品牌流量交换等各种消费者营销策略



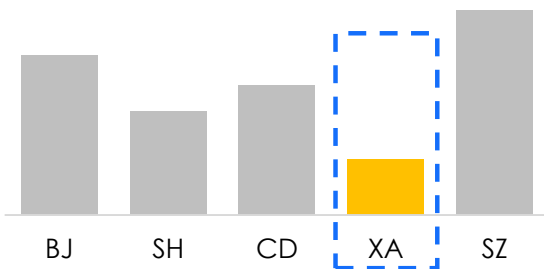
各地域
线下店铺成交数据



分地域
媒体曝光数据



实时生意表现



高温



下雨



- 西安地区生意明显落后平均值
- 部分地区天气原因，导致到店客户少

An aerial night view of a city skyline, likely New York City, with numerous skyscrapers illuminated. A network of white lines connects various points across the image, suggesting a digital or data network. Some points are labeled with numbers like 401.04, 239.04, 237.84, 420.94, 644.74, and 802.54.

04/

以消费者为中心
提升其全生命周期价值



A



B



C

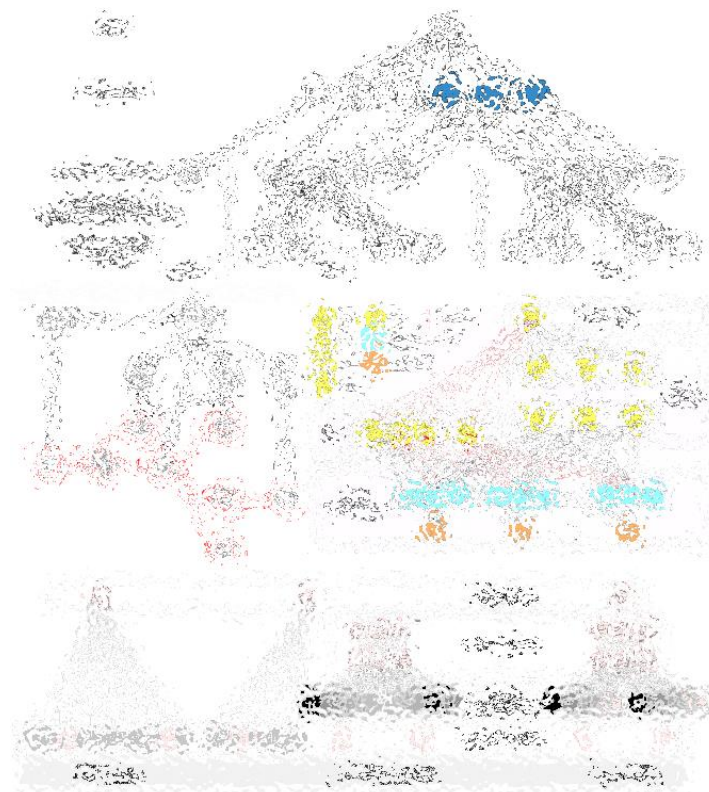
创意元素标签化

- Logo位置：左上、右上
- 文案内容：妈妈向、宝宝向
- 文案形式：颜色、装饰
- 人物：妈妈与宝宝、宝宝
- 产品：单品、套装
- ...

媒体特性标签化

- 点位形式：焦点图、banner、信息流...
- 点位环境：杂乱内容、规整内容...
- 点位特性：展示时长、阅读习惯...

点击率预估算法 的深度学习应用和实践



已有三版素材测试



A

✓



B

×



C

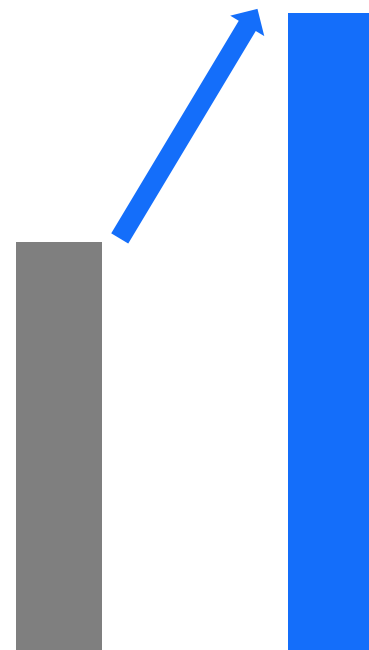
×

- 提炼A稿优秀元素（设计、文案、卖点等）
- 针对信息流素材，扩大再创作

首次曝光多维分析，A稿最优

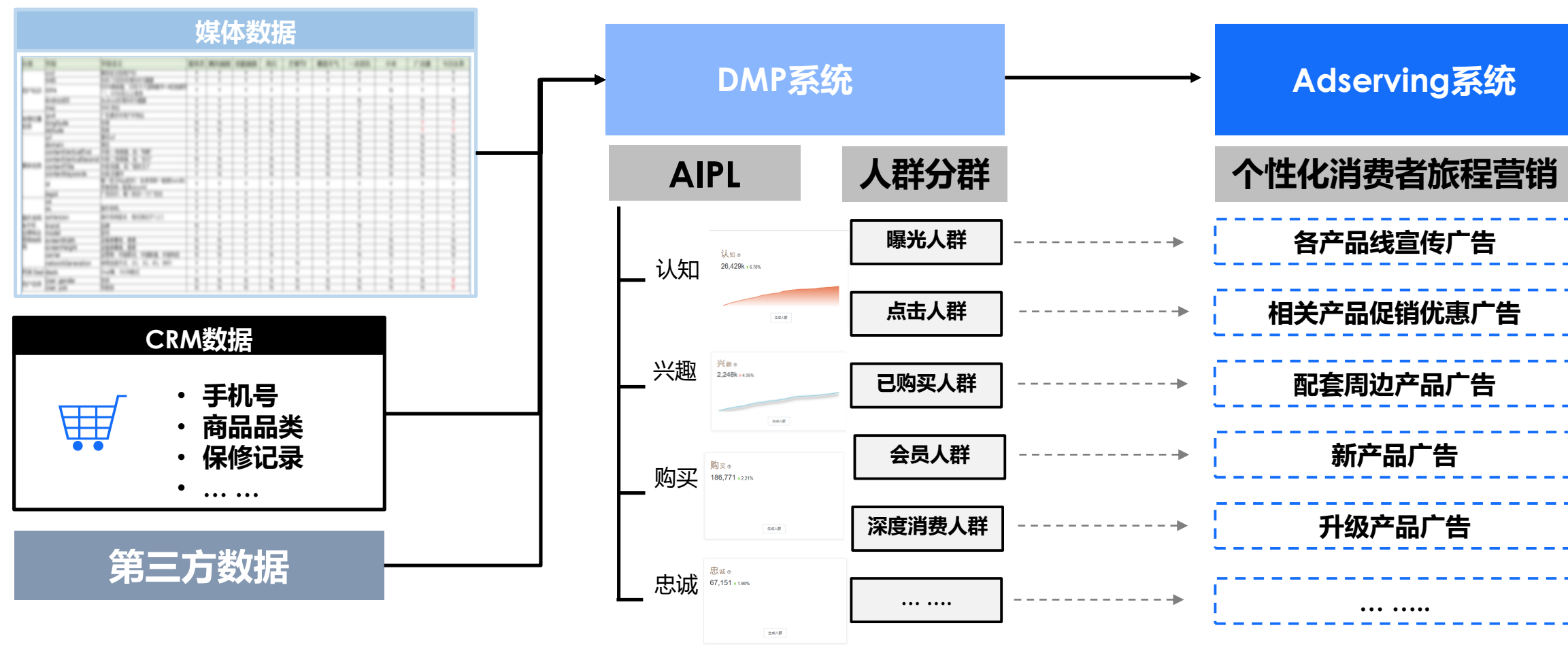


点击率
提升**56%**



常规

优化后





OTV 已曝光3次人群
1.2 亿 Device ID



明星粉丝



家庭人群

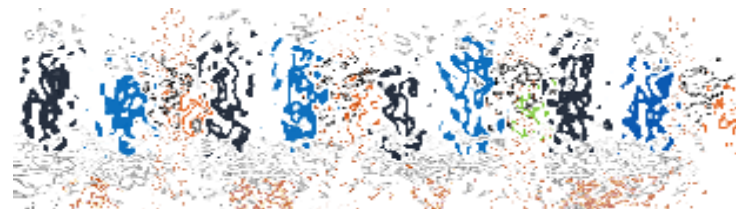


测试组 (Re-targeting 找回人群)

VS

控制组 (常规投放人群)

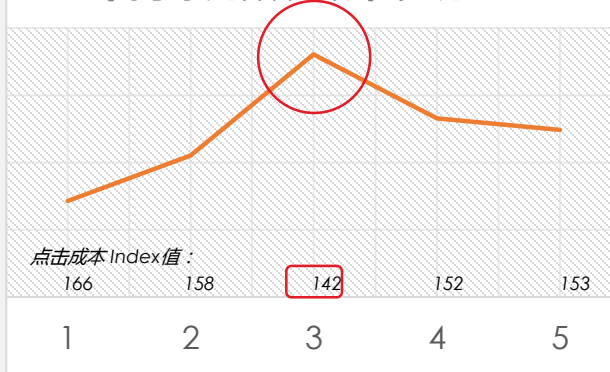
- CTR提升35%
- CPV降低28%
- Interaction%提升18%



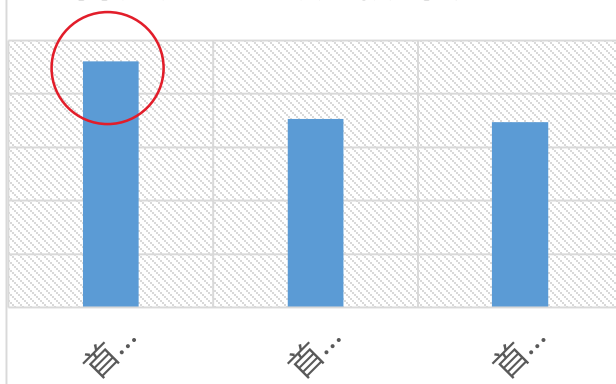
通过优质媒体触点找回，针对人群投放场景化创意

【消费者触达频次优化】

不同曝光频次效果表现



首次观看广告形式效果表现



【消费者触达路径优化】

- 从**图片**和**文案**上将各版本素材归类
- 找到图片设计方向，并筛选文案关键词



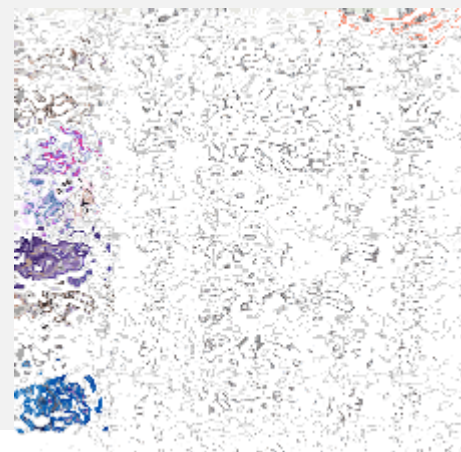
创意 **152** 类



图片 **18** 版



文案 **20** 类

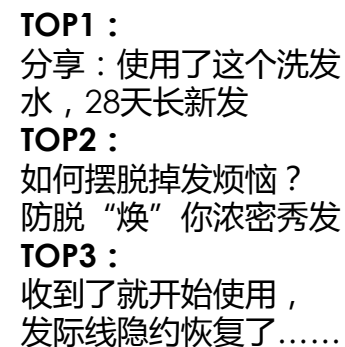


100



闺蜜的“猫耳朵”突然消失了，额头发量变多，秘诀竟是.....收到了就开始使用，发际线隐约恢复了.....

文案元素



通过全链路数据
优化策略

电商转化不断提升，投放后期转化率是前期 **14.9X**

