

大数据赋能爆款引流——拼多多 x 百度

广告主：拼多多

所属行业：电商行业

执行时间：2018.10.01 至今

参选类别：移动营销类-展示类

营销背景

1、拼多多作为新电商开创者,致力于将娱乐社交的元素融入电商运营中,通过“社交+电商”的模式,让更多的用户带着乐趣分享实惠,享受全新的共享式购物体验。

2、拼多多于 18 年 7 月在纳斯达克上市,做为短期崛起并能在电商巨头环抱下杀出重围的拼多多,现阶段需要与淘宝、京东等电商巨头争夺中国网络购物市场份额。如何吸引更多的用户使用拼多多,成为拼多多 18 年主要任务。

营销目标

- 1、结合百度大数据,洞悉用户最潜在的需求,让拼多多比用户更了解用户。
- 2、利用百度平台推广渠道,吸引更多的新用户加入并使用拼多多。

策略与创意

结合百度大数据,精准识别不同用户最本质最迫切需求,从而打造不同圈层爆款。

利用节点、人群应用场景及关键词深挖,为拼多多持续导入大流量。

执行过程/媒体表现

1、不同维度精准定位用户人群

① 行业词包定位人群:行业标签不仅仅定位于单品类标签,细分大行业、强关联行业均纳入人群定位中。

通过行业词包扩大用户的意图兴趣点—案例



② 兴趣定向增加精准度：兴趣标签分为两类定向——与产品直接关联+间接关联兴趣点

通过兴趣标签扩大用户的意图兴趣点—案例



③挖掘潜在意图：透视单产品背后用户的使用场景及购买意图。

通过意图标签扩大用户的意图兴趣点



2、利用展现创意从多角度抓住用户关注点

① 文案——从展现样式选择/紧贴热点/价格优势/阅读场景/产品自身卖点等角度；



② 展现形式——使用融入场景且突出产品优势的大图吸引用户。

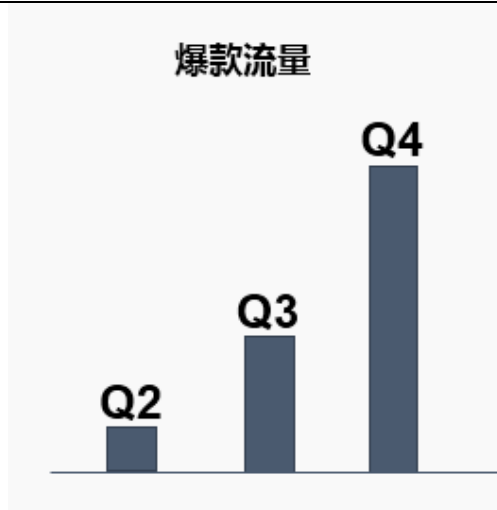


3、根据不同的人群场景、营销场景及词类深挖，为拼多多持续导入大流量



营销效果与市场反馈

1、爆款产品为拼多多带来了3倍流量的增加，让拼多多在引流方面得到急速提升。



2、同比17年，拼多多整体检索量翻倍。

