

TutorABC 逆势玩转淡季品牌营销升级

广告主：TutorABC

所属行业：教育

执行时间：2018.02.01-03.31

参选类别：搜索营销类

营销背景

TutorABC (原 vipabc) 与我们合作多年,其成立于 2004 年,是一家提供真人外教的实时互动网络视频英语学习平台。2017 年 5 月, TutorABC 完成品牌升级,为达成品效合一的推广目标,TutorABC 希望在 2018 年春节期间通过搜索营销推广提升品牌知名度,获取更多留资线索。

然而春节期间,人们更热衷搜索衣食住行游购等信息,搜索英语培训资讯的频次大大降低。面对春节期间英语培训类关键词流量整体走低、留资成本上升的现状,如何运用搜索平台的产品组合调动目标用户的兴趣,提升转化效果,是我们面临的挑战。

营销目标

2017 年 5 月, TutorABC 完成品牌升级,为达成品效合一的推广目标,TutorABC 希望在 2018 年春节期间通过搜索营销推广提升品牌知名度,获取更多留资线索。

策略与创意

艾瑞咨询发布的《2017 年中国成人在线外语教育用户接触线上外语学习信息的渠道》报告显示,搜索引擎是在线外语学习信息的优势渠道,而百度在搜索领域的市场份额及转化(留资)效果都处于领先地位,而且目前百度不仅是单纯的搜索引擎媒体,其在线上线下进行了大量媒体资源布局,由此我们建议 TutorABC 以百度作为搜索营销的主要平台。

我们依托自主研发的媒体决策沙盘和大数据技术,为其打造了以百度作为搜索营销主要平台,借势春节电影档期及直播答题热点,线上线下联动精准锁定人群的营销方案。首先,借助我们媒体决策沙盘高效合理组合百度重要品牌推广及效果营销产品,把握移动端及线下影院档期,借助春节的良好时机,多场景覆盖用户;其次,利用大数据找到人群痛点,通过原生广告与客户建立有效情感联结;最后,将国双大数据平台与百度 DMP 平台对接,对潜在目标人群进行再营销,精准定向目标人群,提升留资量、降低留资成本。

执行过程/媒体表现

1、借力百度核心媒体资源分阶段进行广告投放,强势曝光 TutorABC 品牌,影响目标受众。

项目排期



- 线上铺陈期间（2月15日到3月10日），我们选择百度钻石级商业资源-手机百度APP开屏广告和手机百度信息流，大规模强势曝光，扩大TutorABC品牌在17个重点城市知名度，精准拦截高需人群，促进转化。

跳过 02

(原vipabc)
TutorABC
私人英语外教
姚姚领先
专注在线英语 服务人次超过
20年 1.8亿
TutorABC.com.cn
4006-30-30-30

6.6亿用户
1亿日活
搜索+资讯入口

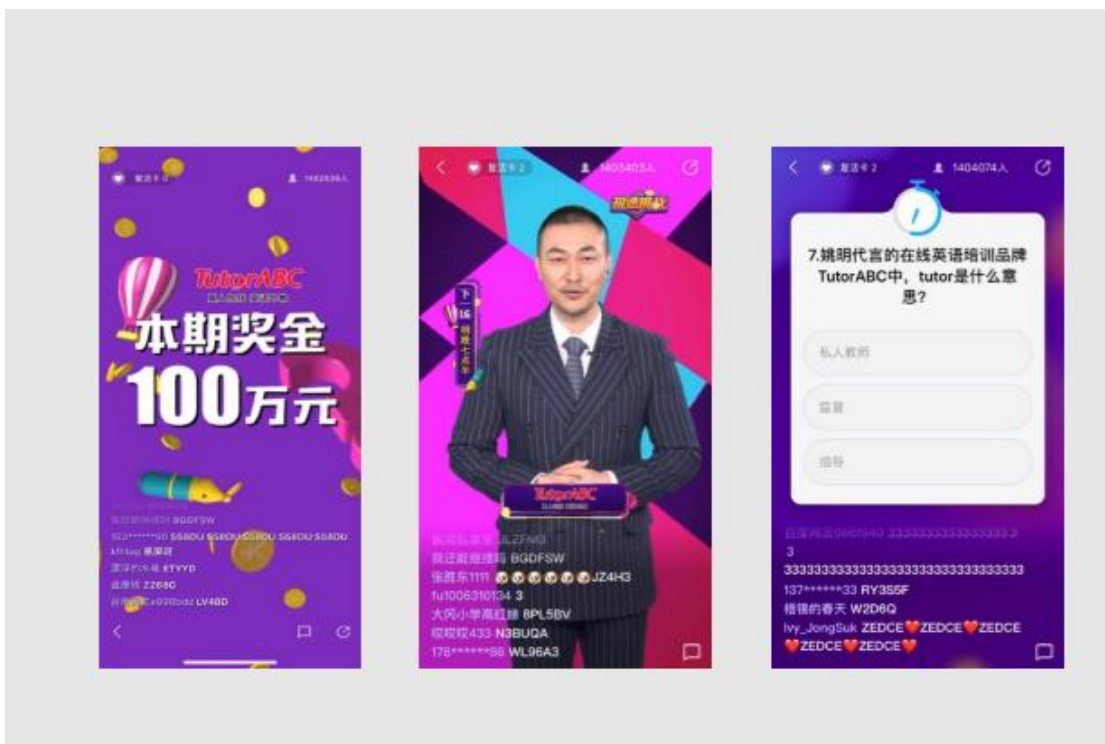
1200万 PV
*共10轮播

Baidu 百度
有事搜一搜 没事看一看

- 线下延展期间（2月12日到2月28日）应用百度聚屏影院资源定向17个城市149家影院，再次影响 TutorABC 潜在目标受众，进一步承接需求。



- 点睛收官阶段（3月11日）利用春节火爆的直播答题进行广告植入，借直播答题之势增强 TutorABC 品牌知名度，最大范围与目标受众进行互动。



2、利用大数据技术将客户重要城市的潜在客户区分为六大类，并提取这六类人群的典型特征，根据这些特征创作千人千面的原生广告及关键字搜索广告和品专投放广告,用以承接 TutorABC 品牌转化人群，有效提升投放效果。

通过分析我们的大数据，发现英语学习人群在不同地域、不同年龄段有着不同的痛点，如北上广深等一二线城市，英语学习人群主要为职场精英人士，其他地区英语学习人群主要为小镇青年，私人老板；我们聚焦这些人群痛点，撰写针对性广告创意内容；

一二线城市人群创意如下：

25-34岁提升人群：老板出国见客户为什么总是带她去？；

35-44岁上升人群：相比对手公司快一步吗？你的员工必须培训这项技能！

45岁以上充实人群：学英语永远不会晚！这样学英语，成效惊人；

三四线城市人群创意如下：

25-34岁提升人群：扒一扒姚明英语为啥这么强；

35-44岁上升人群：自己当老板怎样更好的赚老板的钱？

45岁以上充实人群：学英语永远不会晚！这样学英语，成效惊人；

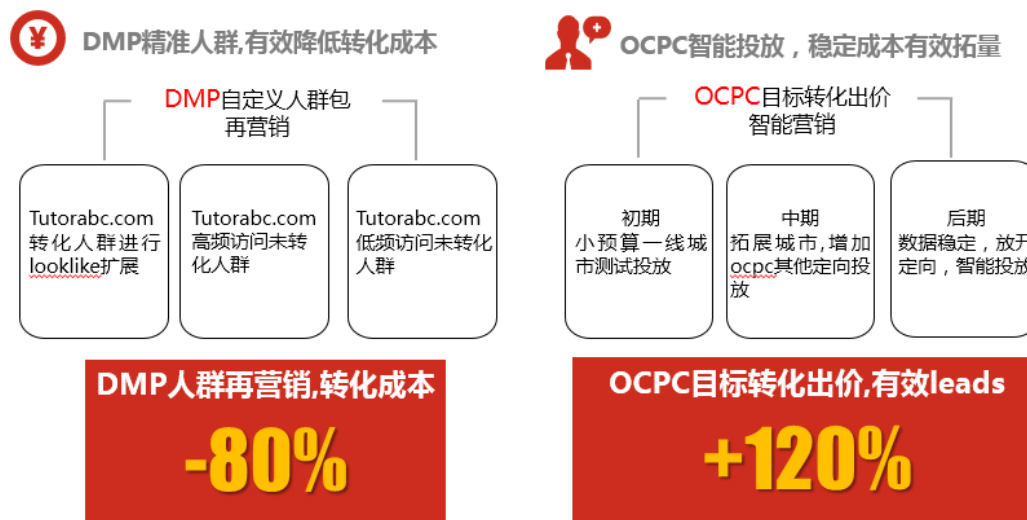
策略执行 - 找准不同地域、年龄人群痛点创意广告内容



3、技术助力，利用我们开发的大数据平台及百度 DMP 平台，对潜在目标人群进行再营销，精准

定向目标人群，AI 智能优化投放，提升留咨量降低留资成本。

百度关键字广告、品牌专区、信息流 CPC 广告作为广告投放的流量收口，主要目的在于获取留咨线索。但是春节后，信息流 CPC 广告竞争激烈，留咨量下降，留咨成本上升，投放效果遇到瓶颈，急需拓展新的流量入口。我们利用自有的大数据平台收集 TutorABC 投放网站各类人群行为 ID，上传百度 DMP 数据平台，从而生成各类人群数据包，最后应用到原生进行定向投放，运用 OCPC 让系统基于转化目标分析建立自动优化模型，进行智能出价，实现大数据的精准投放，从而达到提升目标用户留咨量，降低品牌广告投放成本的效果。



营销效果与市场反馈

超预期达到客户指标，品牌知名度有了极大提升，品牌检索量增长很快，并且投放期间 ROI 也有明显增长。

总曝光量 5.3 亿 ;Leads 数量提升 350%+ ;Tutorabc 搜索指数上涨 230% ;品牌认知率提升 15% ; Q1 季度 ROI 可观。