MarketinOS 开放式营销云

参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

Marketin 为营销人员提供一站式营销技术解决方案 MarketinOS，一站式管理和优化不同类型的数字营销平台，智能优化营销活动效率和效果。MarketinOS 旗下包括大规模跨广告平台自动优化系统 Marketin Trading Desk 和跨触点个性化营销自动化系统 Marketing Automator 等产品。目前已接入包括 BAT3J 在内的行业领先的数十家不同类型数字营销平台及工具，帮助客户跨平台一站式管理主流广告平台和多方数据。并满足一站式自动化管理微信、短信、邮件和推送等个性化内容营销，真正实现企业营销数据的全链路贯通及应用，最大化激活数据的使用价值、规模化精准触达用户，利用自动优化、AI 智能决策等技术有效提升营销效率和效果，提升用户体验，促进企业业务收入增长。

核心价值：

针对行业痛点，MarketinOS 2.0 为品牌和广告代理公司实现：

1.多渠道多触点统筹

对接国内 80%以上主流媒体资源，跨渠道便捷触达，企业自主选配，即通即用； 并一站式自动化管理微信/邮件/推送等多触点内容营销

2.数据资产洞察沉淀

跨渠道数据报表洞察分析，沉淀多元化营销活动数据资产，实现企业自有第一方数据的累积及应用

3.自动巡检 AI 优化

基于数据洞察的个性化营销投放，智能巡检，优化最佳策略组合，实现投放效果最大化，内容沟通自动化，促进业务增长

4.开放生态自主匹配

通过开放式标准化系统集成接口，企业可按需任意快速扩展其他数据平台、创意平台、品牌安全等多种其他第三方工具

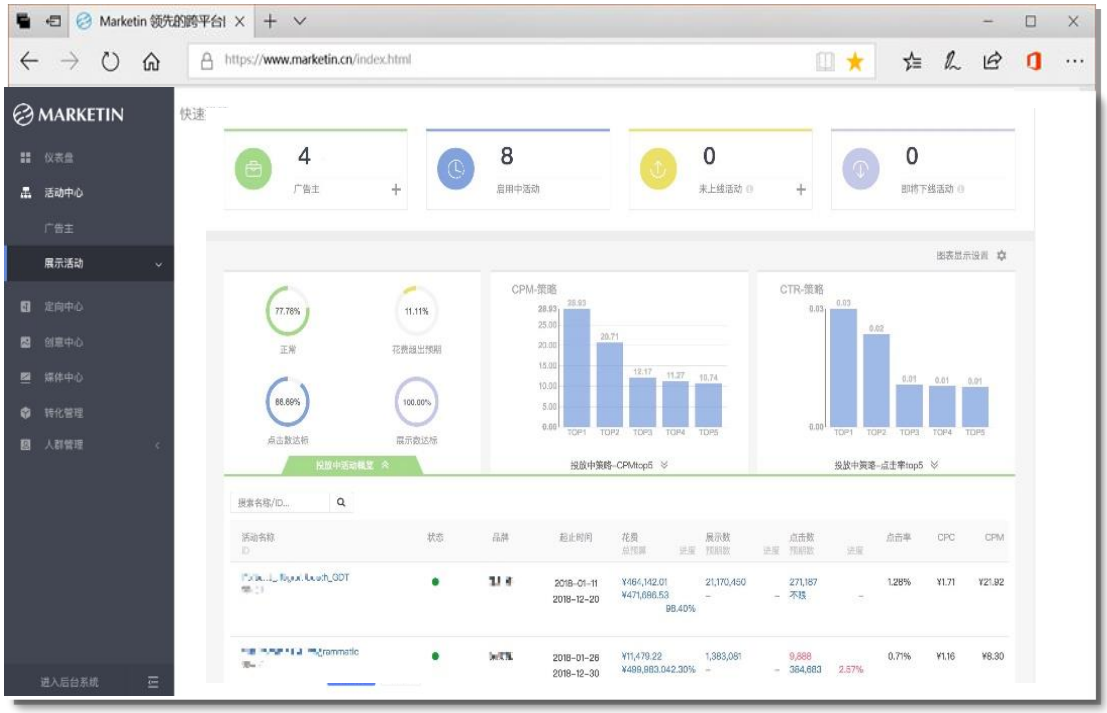
使用人群：

目前 Marketin 已为包括 Intel、Omnicom Media Group、电通数码在内的数十家全球和中国领

先的品牌与广告传媒公司提供功能强大的 Trading Desk、代码容器管理工具、数据分析工具和自动化工具。

使用说明

用户登录 MarketinOS 2.0 系统后，可根据营销活动目标**自主选择**广告购买、投放渠道、数据管理平台，创意平台及其它第三方服务应用，**自主设置**活动、目标、预算、策略、人群及其它定向条件，系统即可自动化管理并优化活动投放。用户可以在系统中实时查看跨平台数据分析，自主制定或由系统根据活动目标智能动态优化平台间的预算分配，优化不同策略及动态智能出价。与传统程序化广告投放不同，用户可以通过 MarketinOS 2.0 一站式管理多个 DSP、DMP、动态创意、品牌安全、第三方监测等不同平台，实现平台间自动化协作。通过 MarketinOS 可以自动化管理第一方或第三方 DMP 数据在不同 DSP 及投放平台的应用，最大限度激活数据；除了通过传统方式管理广告创意，更可利用系统对接的第三方动态创意优化服务；第三方监测不仅能将数据集成到系统，还可通过 MarketinOS 2.0 一键自动生成代码，简化操作和协作流程，数据驱动系统进行智能预算分配、策略制定和出价优化，有效简化且优化了人员操作，提升了精细化运营程度。



创新亮点

1、MarketinOS 2.0 是中国首个整合程序化媒体、数据管理、创意优化、内容管理和 CRM 等不同类型营销平台、第三方服务及工具，管理包括展示广告、短信、邮件、推送和微信等不同触点，实现自动化、智能化的一站式营销**管理**的**平台**产品。

2、帮助广告主充分利用市场上最好的合作伙伴，实现真正的整合数字营销。营销人员不仅能真正自主掌控数据、技术及资源，更能根据数据快速动态优化预算及资源调配，促使营销朝着更智能、

更高效，更透明、更协作的方向发展。

3、 作为开放式的营销云，MarketinOS 2.0 能对接整合企业现有的各种不同数字营销平台，充分利用已有能力，快速升级，不需要额外的大量的系统和数据迁移的时间和资源投入，避免风险。MarketinOS 2.0 开箱即用，企业选择 MarketinOS 2.0 就能快速利用已对接的各种不同新平台，节约反复的平台对接的时间和费用。

应用范围

全渠道整合智能营销。

应用实例

佳能门店线下引流案例：

活动概况：

随着新零售的概念在行业内唱响，此次案例客戶作为行业先驱率先运用技术手段提升线下体验店的运营和管理。在智能化提升客户体验的同时，如何运用大数据技术手段，对传统的门店营销方式进行升级改造，赋能线下门店数字化，智能化的营销能力成为本次项目的主要挑战。MarketinOS2.0 作为国内第一个真正自动化管理多个媒体和数据平台的开放式营销云，一站式激活客户线下体验店数据，结合数据洞察、精准触达目标人群，目标人群线下真实到店验证，运用数据驱动线下业绩增长，助力新零售营销落地实现。

推广平台&时间：MarketinOS, 2018.6.1-2018.6.24

推广目的：佳能全国线下金牌门店引流

项目目标：精准覆盖目标受众，实现低成本引流。

活动亮点：

一站式激活线下门店第一方数据，对潜在目标客户进行全渠道、点对点的精准触达

串联广告曝光到线下效果数据，形成行业第一个新零售精准营销闭环解决方案

基于后链路效果数据智能自动化优化，大幅提升效率和效果，可复制操作性强

洞察策略：

核心策略：跨渠道一站式数据激活，依据真实到店效果数据智能优化

1、线下数据洞察/人群策略：

Marketin 根据线下门店客流特征进行分析和洞察

创建人群策略：种子人群 Lookalike、顾客画像建立高关联人群标签

2、一站式激活数据

MarketinOS 开放式营销云，对接百亿流量，跨渠道一站式数据激活提高匹配机会，捕捞目标人群

透过高关联度的用户标签，运用 LBS 策略一站式下发主流渠道实现高效激活，门店附近目标人群触达，直接引流入店

3、智能投放优化

MarketinOS 依照项目目标(引流到店率)，每日智能优化投放渠道预算，实时优化人群策略，最大化投放效益。

成功打造线下数据激活与效果验证解决方案

活动实施：

大数据技术手段打通线下线上人群，全链路数据追踪，实时引流效果验证，提升门店客流，降低引流成本。

线下门店人群数据采集：佳能全国门店持续采集线下顾客手机设备号数据

种子数据应用：进行顾客洞察与放大

人群画像：到店种子人群样本建立高关联的标签

Lookalike：到店种子人群样本进行高精度延展

精准人群策略：定向高质量用户

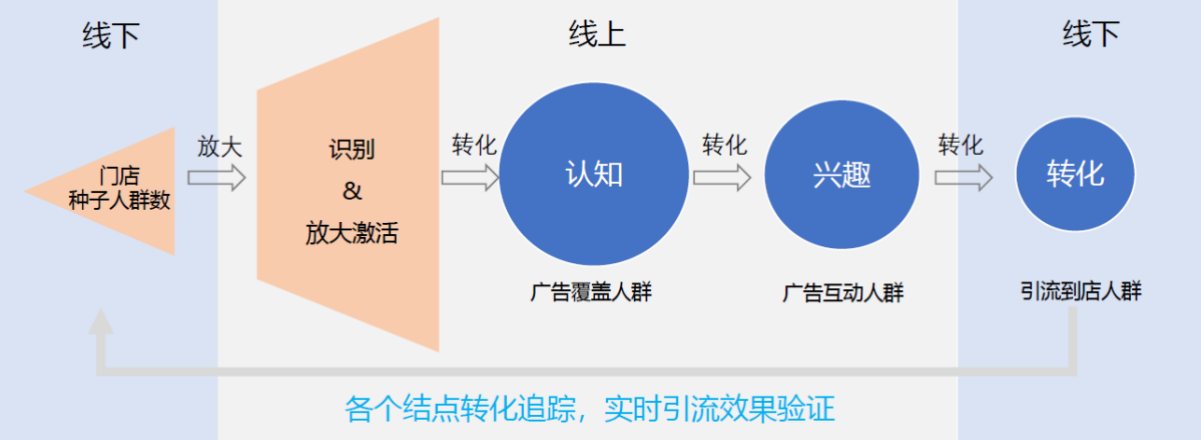
地域拓展：LBS 搭配人群标签进行拓展，客户线下体验店 3-5 公里目标人群

精准拓展：拓展相似的新用户人群放大

智能投放优化：一站激活数据，机器自动化投放

每日智能：跨平台、跨人群进行智能预算分配

实时优化：实时优化定向人群策略



活动效果：

1、推广期间，佳能门店客流环比增长19.2

2、引流效果持续辐射活动结束后15天，持续带来19.8%客流

3、线下数据激活营销闭环解决方案，门店引流成本降低 83%