

佳能全国线下金牌门店引流

广告主：佳能

所属行业：3C

执行时间：2018.06.01-2018.06.24

参选类别：智能营销类

营销背景

随着新零售的概念在行业内唱响，此次案例客户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。

营销目标

精准覆盖目标受众，实现低成本引流。

策略与创意

活动创意：

- 1、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。
- 2、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。
- 3、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。

4、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。

执行过程/媒体表现

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。

- 1、 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
- 2、 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。

- 3、 精准人群策略：定向高质量用户

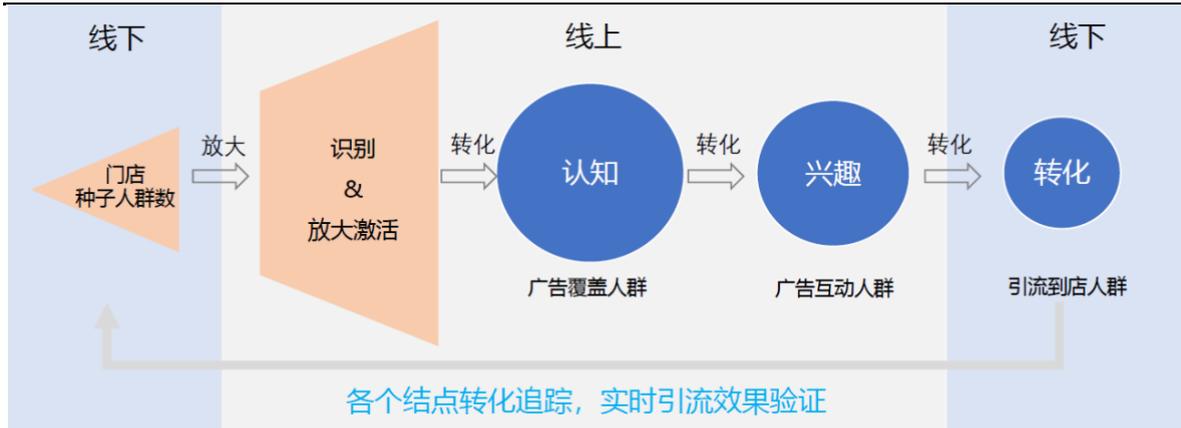
地域拓展：LBS 搭配人群标签进行拓展，客户线下体验店 3-5 公里目标人群；

精准拓展：拓展相似的新用户人群放大。

- 4、 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。



营销效果与市场反馈

推广期间，佳能门店客流环比增长19.2%。

引流效果持续辐射活动结束后15天，持续带来19.8%客流。

线下数据激活营销闭环解决方案，门店引流成本降低 83%。

