

## 樱花出手，全职高手营销行动

广告主：樱花日语

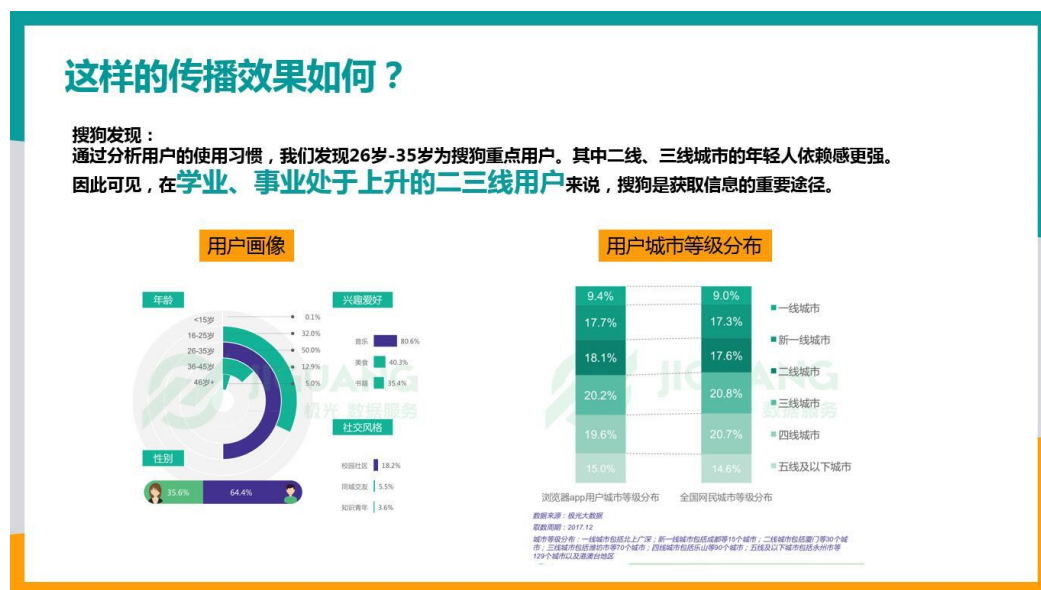
所属行业：教育

执行时间：2018.03.02 – 03.23

参选类别：搜索营销类

### 营销背景

面对市场上纷繁冗杂的宣传方式，发现自嗨式宣传、没有针对性的推广，对于大多数用户来说感到反感！通过分析用户的使用习惯发现，26岁-35岁、二线三线城市年轻人依赖感更强。因此可见，在学业、事业处于上升的二三线用户来说，搜狗是获取信息的重要途径。通过艾瑞咨询 2018 年年初发布的《中国成人在线外语教育行业白皮书》可以看出，学习外语的人群以一、二线城市为主力军，他们在工作、升学之余对学习渴求度较高，其中女性用户占比约六成。



### 营销目标

通过对比两类人群是最终锁定用户：

城市：一线、二线、三线城市

年龄：17岁-30岁的在校学生、职场新人

性别：女性为主

针对这类人群，结合对 90 后人群二次元喜好与自身培养需求的深度挖掘，主动面对目前日语培训机构的问题：1：创意单一！ 2：态度不诚恳！ 3：广告不吸引人！ 4：目标受众不明确！ 5：推式营

销策略强迫认可!

确定目标: 1、强曝光 2、多注册 3、多订单

## 关注外语的又是哪些人群?

通过艾瑞咨询2018年年初发布的《中国成人在线外语教育行业白皮书》可以看出,学习外语的人群以一、二线城市为主力军,他们在工作、升学之余对学习渴求度较高,其中**女性用户占比约六成**。

### 在线教育用户多分布在一二线城市发达地区

**用户画像-分布地区**  
在线外语教育用户多分布在一二线城市等发达地区

在线外语教育用户主要分布在一二线城市,一线城市用户占比约40%,二线城市用户占比约35%,三四线城市用户占比约25%。从地域分布来看,一线城市用户占比约40%,二线城市用户占比约35%,三四线城市用户占比约25%。

2017年中国成人在线外语教育用户城市级别分布

### 女性用户占比约六成

**用户画像-性别&年龄**  
女性用户占比约六成,职场用户以青壮年为主

在线外语教育用户以女性用户为主,女性用户占比约62.0%,男性用户占比约38.0%。从年龄分布来看,18-24岁用户占比约17.25%,25-30岁用户占比约34.3%,31-35岁用户占比约22.4%,36-40岁用户占比约14.0%,41-45岁用户占比约12.0%。

2017年中国成人在线外语教育用户性别

2017年中国成人在线外语教育用户年龄

### 职场用户以工作需求为主要学习动机,大学生用户以升学考试为主要学习动机

**用户画像-职场用户**  
学习方式相对综合化,以工作需求为主要学习动机,在线学习强度相对更大的精英用户

职场用户的学习动机: 工作需求(79.2%),提升自我(18.8%),兴趣爱好(2.0%)。学习方式: 线上(79.2%),线下(20.8%)。学习强度: 高强度(42.8%),中强度(35.2%),低强度(22.0%)。

**用户画像-大学生用户**  
更倾向使用线上学习工具,以升学考试和考分等级为主要学习动机的年轻用户

大学生用户的学习动机: 升学考试(42.7%),提升自我(32.0%),兴趣爱好(25.3%)。学习方式: 线上(42.7%),线下(57.3%)。学习强度: 高强度(32.0%),中强度(45.0%),低强度(23.0%)。

## 目标用户群特征:

**喜欢二次元的少女**

**充满元气的90后萌妹**

**热爱穿搭日系潮人**

针对这类人群,我们要做的是: 结合对90后人群二次元喜好与自身培养需求的深度挖掘,对培训机构常规“教条式”广告说教Say No.

## 策略与创意

精准打破次元壁,海量走进年轻态

打破次元壁,让更多日语爱好者加入进来

搜狗信息流: 善用热点,在樱花礼包中学习日语,出奇制胜,在“春天俗语”中发现日本文化

搜狗搜索: 视觉吸引,炫酷二次元少女代言日语培训机构。热词上线,让新闻点成为流量入口

### 具体打法：破！

主动面对目前日语培训机构的问题：

- 1：创意单一！
- 2：态度不诚恳！
- 3：广告不吸引人！
- 4：目标受众不明确！
- 5：推式营销策略强迫认可！

### 具体打法：立！

**打破次元壁，让更多日语爱好者加入进来**

**搜狗信息流**

- 善用热点，在樱花礼包中学习日语
- 出奇制胜，在“春天俗语”中发现日本文化

**搜狗搜索**

- 视觉吸引，炫酷二次元少女代言日语培训机构
- 热词上线，让新闻点成为流量入口

## 执行过程/媒体表现

- 一、搜狗信息流进行广告投放，增加品牌认知。1、精准定位：采用人群属性、兴趣及媒体定向，深度挖掘潜在受众。2、樱花送礼：通过价格优惠，吸引受众，不必被价格门槛拒之门外
- 二、输入法每日新词及搜索浮层 flash 广告。每日新词：田字格板块植入“樱姿”热词。浮层品专：樱花节的浮层品专。活动专题：进入相关的活动页面，通过互动游戏，提高用户留存率。
- 三、问答形成区隔，个性化创意提升转化，有效区隔竞品。
- 四、品牌专区，塑造品牌影响力，结合 3 月 14 日节日热点，3.12 上线热词推荐【3 月 14 是什么节】，对活动进行预热，实现活动跳转，助力营销转化。
- 五、线上线下联动，形成用户主动传播。户外广告牌，扫描二维码，进入活动界面。采取自行 DIY 的形式，制造自己的二次元画像，寻找更多志同道合的朋友。

### 一.搜狗信息流进行广告投放，增加品牌认知

在3月份樱花季，由搜狗信息流-一份樱花礼包全面引爆



**精准定向**



采用人群属性、兴趣及媒体定向，深度挖掘潜在受众。



**樱花送礼**



通过价格优惠，吸引受众，不必被价格门槛拒之门外

## 二.输入法每日新词及搜索浮层flash广告

3月12—15日每日新闻及浮层品专

曝光品牌 -----> 形成转化

每日新闻



田字格板块植入“樱姿”热词

浮层品专



樱花节的浮层品专

活动专题



进入相关的活动页面,通过互动游戏,提高用户留存率

## 三.问答形成区隔,个性化创意提升转化,有效区隔竞品

搜索热词: 樱花日语 抢占用户搜索第一入口

搜狗搜索: 樱花日语

搜狗用户赔付计划

炫酷彰显形象

多元展示产品

第一时间拦截

98%的人还搜了

## 四.品牌专区,塑造品牌影响力

结合3月14日节日热点,3.12上线热词推荐【3月14是什么节】,对活动进行预热,实现活动跳转,助力营销转化。

品牌专区广告

跳转

活动热词推荐

品牌广告页

今日热词

- 告白老板遭控诉
- 陈凯歌被控抄袭
- 3月14是什么节
- 深圳机场特警走红
- 姐妹共用三屏
- 金马奖影后周冬雨
- 仰光空袭致死
- 排球美女有被偷吻
- 贝光上投出70亿元
- 象女逆袭成美女



## 五.线上线下联动，形成用户主动传播

户外广告牌，扫描二维码，进入活动界面。

采取自行DIY的形式，制造自己的二次元画像，寻找更多志同道合的朋友。

提高朋友圈曝  
光量

将注册信息分享至朋友圈集赞，可获3.14白色情人节神秘礼品

拉好友分享优  
惠信息

在活动期间下单的情侣，可享受8.8折优惠

## 营销效果与市场反馈

樱花日语广告：总曝光 10 亿次，日均 UV：850 万

引起普遍用户对人生价值提高的关注与讨论，从而导致各大线上媒体、互联网媒体、论坛、博客、微博、微信相继提出反思：怎样当个好演员，让人生不白来一回？引起社会争论。

通过热点情人节借力，将注意力导入到转化页面，进而实现购买决策和转化，提升樱花日语美誉度，给人价值增值的感觉。

总费用为 5 万元，通过 10 亿次内容曝光，官网注册同比提升 3.7 倍，ROI 值高达达到 3.9。

### 达到效果

# 高回报

总费用为5万元，通过10亿次内容曝光，官网注册同比提升3.7倍，ROI值高达达到3.9。

内容曝光  
10亿次

官网注册  
同比提升3.7倍

ROI达成  
3.9

数据来源：樱花日语网站监测数据  
搜狗大数据统计