

VIPKID，移动搜索时刻的精准营销

广告主：VIPKID

所属行业：教育行业

执行时间：2018.07.01-09.30

参选类别：搜索营销类

营销背景

随着技术与互联网的普及，互联网教育市场近年来发展良好，处于高速发展时期。在二胎政策、国家推动、留学热潮等等多重因素驱动下，少儿英语教育市场需求旺盛。面对市场红利，在线少儿英语培训各级别玩家纷纷有所行动，抢夺流量。

营销目标

针对目前在线少儿英语市场发展形势，广告主希望在激烈的竞争处于主动地位，通过营销投放，增加自身用户流量与有效的用户注册，以优势成本换取优质流量，提升整体营销 ROI。

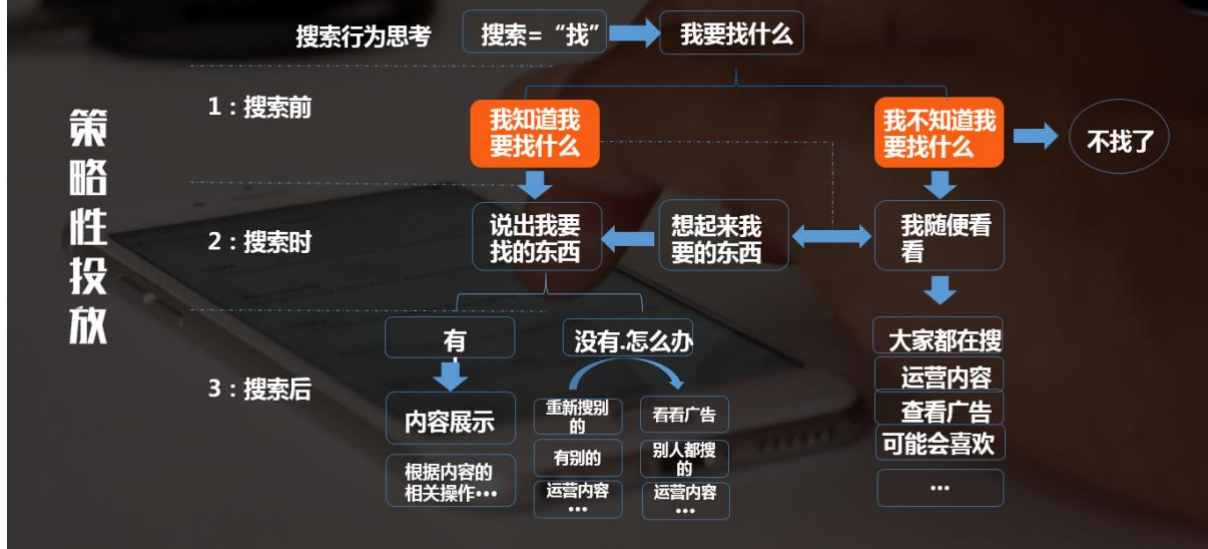
策略与创意

阿里文娱智能营销平台依托阿里集团“庞大的用户基数+多维营销场景+阿里大数据贯通”，以 UC、神马搜索为核心的媒体洞察为基础，以卧龙平台为技术支撑，搭建移动搜索营销矩阵，打造围绕用户不同营销时刻的推广。

首先通过数据追踪，将用户移动时刻进行划分，凭借对移动用户搜索行为的深入了解，**精准覆盖目标、潜在及泛需求人群**；继而利用关键词层层深入，全面**捕捉移动时刻用户需求**，针对搜索前、中、后期并结合用户痛点进行需求匹配，并通过优化创意素材，不断**提升用户搜索体验**。成功迎合了广告主营销诉求，同时也为用户提供了即时、有益的信息，让学习更具效率。



营销策略-搜索的移动时刻



精准的移动时刻人群全覆盖



执行过程/媒体表现

项目执行-搜索五要素，提升用户搜索体验



一、科学的账户搭建与管理

- 1、分产品、分词性，搭建科学的账户结构；
- 2、针对不同词性合理分配预算效果最大化；
- 3、根据单元内关键词类型有针对性的撰写创意提升 CTR；
- 4、标准化账户结构有利于多人管理和数据分析。

二、关键词全面拓展

三、地域覆盖，不留余地

- 1、少儿英语需求地域：北京、广东、上海、浙江、江苏、四川、山东、辽宁、河北、河南等地区。
- 2、结合 VIPKID 在各地优势，重点投放。

四、多维度创意吸引不同用户关注

- 1、从品牌曝光出发，对标目标用户；
- 2、结合“一对一”式文案及优惠信息，对标潜在人群；
- 3、结合“外教”关键词，对标泛需求人群。

五、移动样式，提升展示点击率

通过多样性组合，甄选高 CTR 样式加大投放力度，**关键词点击率提升 20%，转化率提升 35%。**

六、着陆页科学优化

- 1、产品相关度：着陆页产品与搜索的关键词产品保持一致，相关度高度匹配，减少转化流失。
- 2、内容深度：品牌词&通用词&竞品词，着陆页面针对用户想看到的内容相关，提升影响转化率。
- 3、转化友好度：着陆页的转化页面位置、个数和布局，贴近搜索用户交互习惯，促进转化。

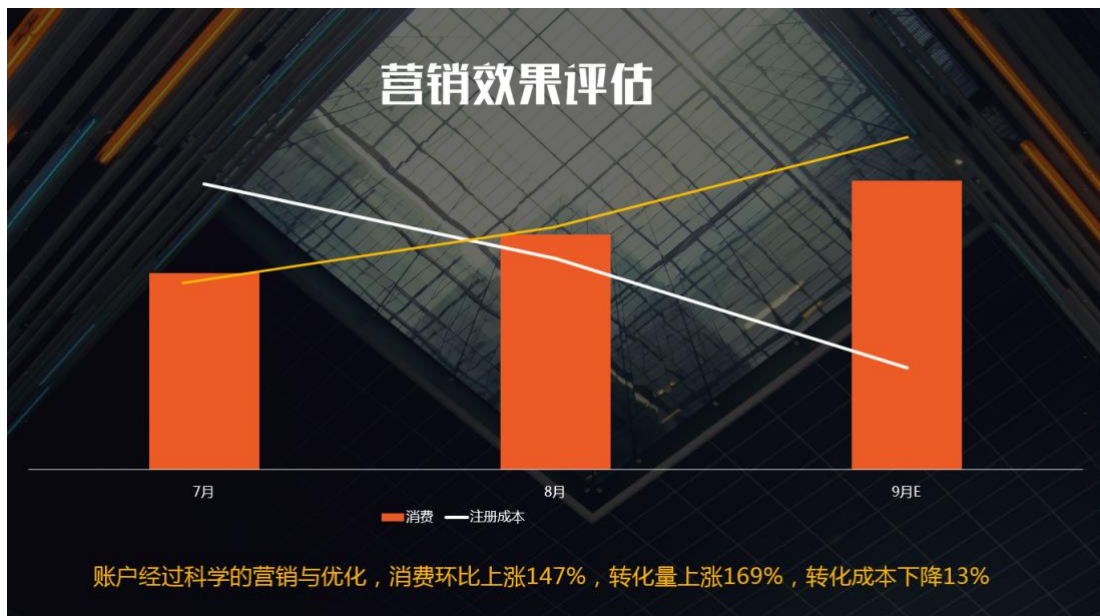
VIPKID神马搜索投放情况一览



营销效果与市场反馈

将用户移动时刻进行划分，构建营销矩阵，凭借对移动用户搜索行为的深入了解，精准覆盖移动时刻人群，利用关键词汇点成面，全面网络不通移动时刻用户需求，使用户所搜既所得，配合科学的运营优化，成功解决了广告主营销诉求。

账户经过科学的营销与优化，消费环比上涨 147%，转化量上涨 169%，转化成本下降 13%。



资深广告创意人薛振添表示：

“少年强，则中国强”，孩子的教育培训牵动着无数家长的心，尤其对于外语学习领域，家长希望给到孩子最好的教育资源，让孩子能够有一个优质的学习与氛围，同时，在用户高需求度的基础上，教育品牌在营销中，既要满足于用户的切实需求，也需要将精准的服务内容与信息传递给潜在受众。