平安科技渠道云广告营销平台

开发时间：2016 年
参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

平安科技渠道云广告营销平台，专为平安集团及各专业公司提供营销解决方案，聚焦金融、医疗健康、汽车三大领域，致力于打造基于人工智能和大数据技术的企业智能营销平台。

基本情况

客户：服务平安集团及其 18 家专业公司，银行、证券、保险、医疗、汽车之家、智慧城市等几千款产品。覆盖品牌及效果类广告，10 亿级预算规模。

数据：整合平安内部（金融、健康、汽车）数据及外部海量用户行为数据，挖掘平安海量线下数据及用户深层次画像；覆盖 90%的互联网用户。

媒体：整合主流媒体、垂直金融媒体及平安内部 500 个广告位资源（包含 APP、网站、小程序、智能屏、ATM/VTM、行员工具、行销工具），日请求量近百亿。

技术：业界领先的大数据平台进行数据采集、处理、存储、计算、应用，支持百亿级高并发高吞吐；前沿算法技术（如 GBDT/XGBOOST、神经网络、深度学习 DeepFM/ wide&deep）实现智能预测；具备 OCPA、Look-alike、动态出价、反作弊、跨屏匹配、动态创意、一键唤醒等关键营销技术；同时，针对金融产品特征，在营销过程中应用风控模型、资质模型等；并能够监控从曝光到转化的全流程数据。

业务场景

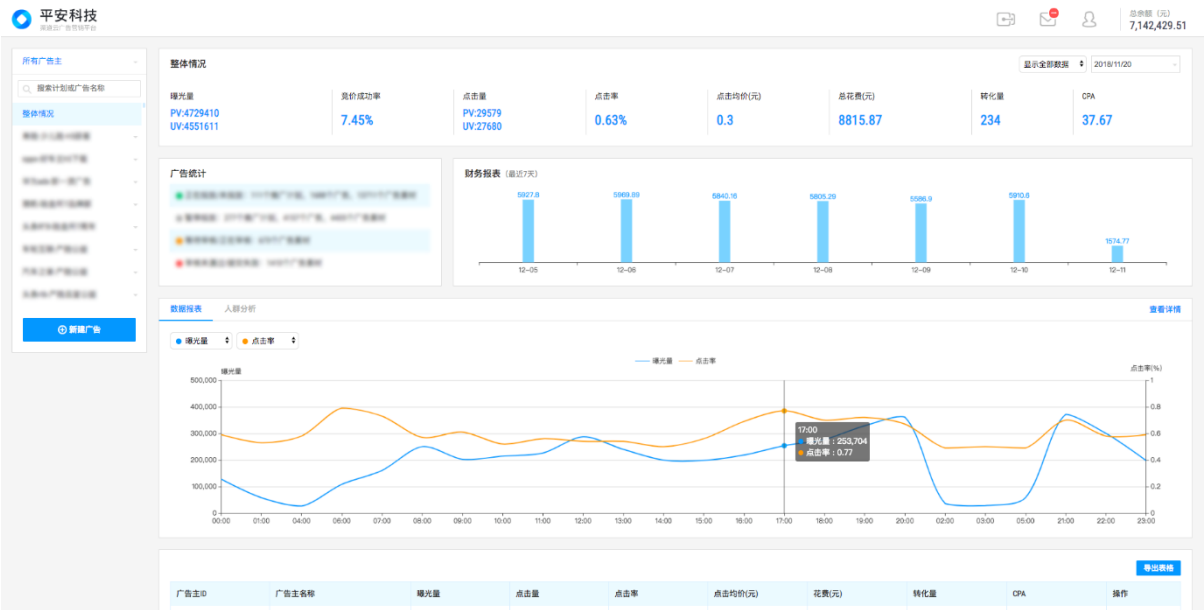
深度获客：深度参与营销全流程，多维度客户意向标签，精准点击率/转化率预测，风控模型判断客户资质；针对不同资质推荐不同的平安产品。

断点场景：针对脱落客户或流失客户，连接内外部线上渠道及线下 VTM、智能屏、行员 A、行销 APP，跨屏多维度及时触达客户。

交叉营销：挖掘平安客户价值，分析客户意向，挑选出平安其他产品及服务精准定向客户，让一个客户购买平安多种类的金融产品。

OMO：线上预测线下联动，线上根据用户行为预测用户意向，线下为客户提供精准化个性服务。

使用说明



1、触达策略

综合分析产品特性、目标用户特征、广告形式、预算、活动目的、历史触达情况，根据智能优化的策略模型分析，推荐最优的触达策略。

2、用户标签

多维度精细化用户标签，满足精准定向要求，CTR 预测模型让广告投放从不错过优质客户，Look-Alike 技术让选择更宽广。

3、渠道选择

覆盖主流媒体、垂直媒体、自有媒体，多种渠道全方位触达用户。

4、数据分析

多方数据 Mapping，掌握全渠道、全品类、创意素材、广告策略的投放数据情况，根据不同目标动态分析 ROI，分析优化方向，以最低成本确保 KPI 达成。

5、智能优化

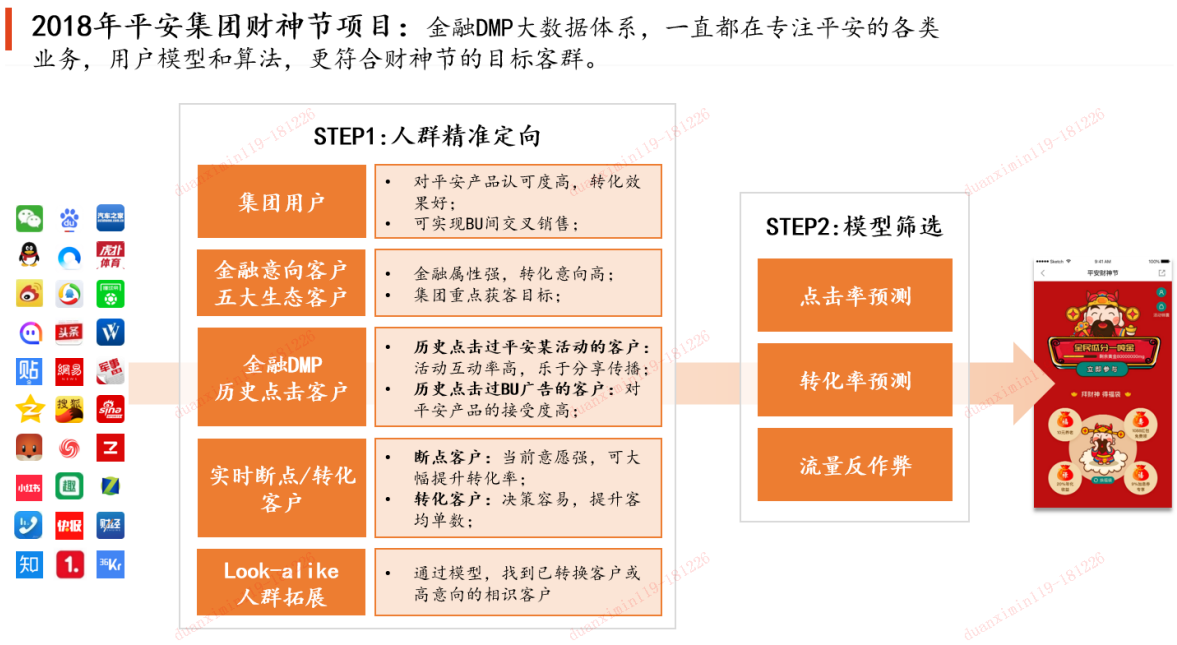
深度学习持续优化点击预测模型，动态出价，锁定优质客户；动态预算分配，最优化渠道资源，更低成本实现更优效果；动态创意，千人千面，让广告创意更懂用户；二次定向优化标签，让用户画像更精准；触达策略 ROI 模型智能调整，输出高价值营销决策参考。

应用范围

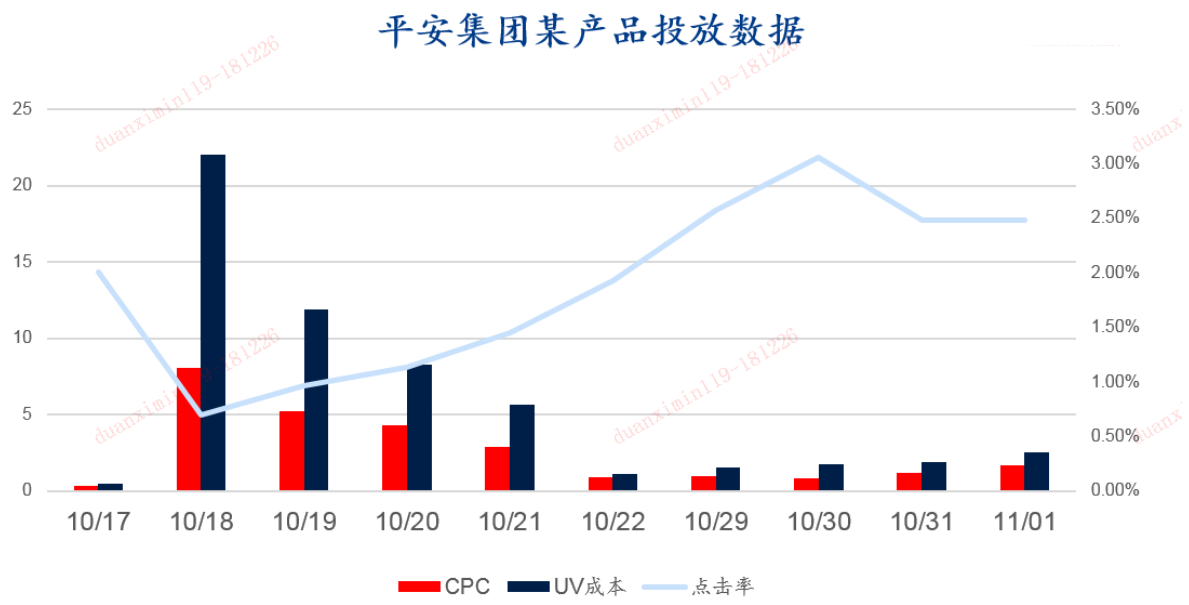
金融、医疗健康、汽车等领域的整合营销。

应用实例

2018 年平安集团财神节，平安科技渠道云广告营销平台利用到站访客刻画核心人群画像，调整广告投放策略。对当前到站人群进行广告定向的投放，实现再次触达，提高成交效率。



由于金融类产品的特殊性，到站人群中包含大量有需求，但仍处在犹豫期的用户。因此通过重定向的方式，追投这部分人群；在不打扰到用户的前提下，将广告以不同素材，千人千面，多渠道、多形式、多场景精准传达给用户；借助对金融数据的深入洞察，以更低的成本，获得更优质的客户。



平安科技渠道云广告营销平台，通过深入营销场景、精准人群定向、持续优化智能触达策略模型，最终达成点击率 2 倍以上提升，营销成本较前值下降 5 倍，转化成本快速收敛，ROI 显著提升，超预期达成业务 KPI 指标。