



明略科技™
MININGLAMP Technology Group



社交流量管理与商业增长

2019.10

目录

Table of Contents

- 营销面临的市场困境&微信的状况
- 微信生态的品牌发展规划
- 精准广告投放促进拉新
- 大数据赋能持续优化广告效率（智能拓量+ 数据建模）
- 社交电商DTC（直复营销）
- 新零售线下场景联通
- 私域数据沉淀- 品牌数据资产长效运营

营销面临的市场困境&增长瓶颈



流量成本升高，ROI低



信任薄弱



触点繁杂，数据割裂



用户洞察及运营难

用户在哪里，品牌就应该出现在哪里

12亿

月活跃

微信&WeChat
月合并活跃用户数

15-40岁

用户年龄

微信用户年龄主要
集中在15-40岁

93%

渗透率

一线城市渗透率
覆盖核心用户群体

2000万+

公众号数量

微信公众平台
已开通大量优质公众号

30亿+

日文章PV

微信公众平台
图文消息阅读量巨大

100万+

小程序数量

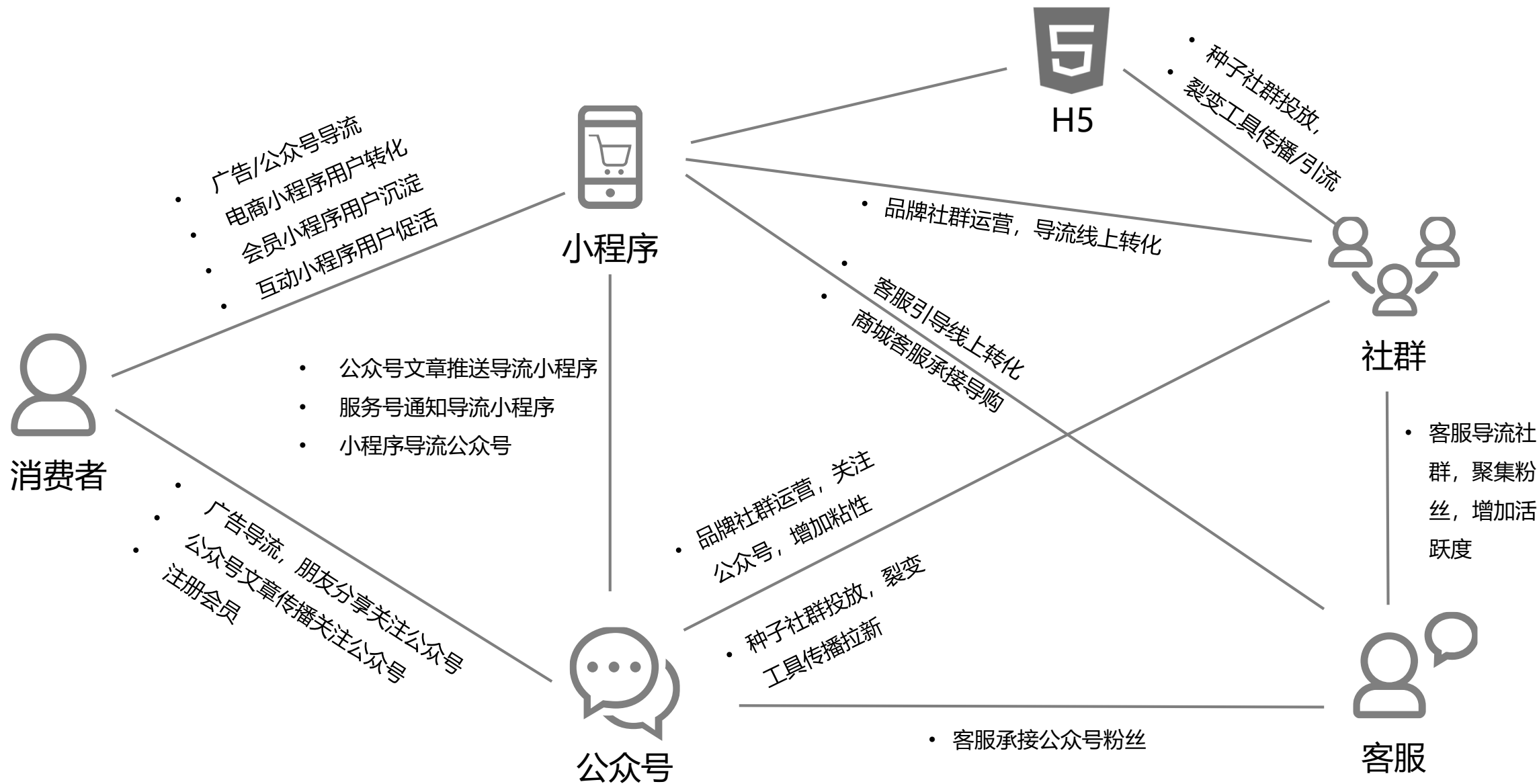
微信公众平台
已推出大量优质小程序

2亿+

小程序日活用户

微信小程序
用户量巨大

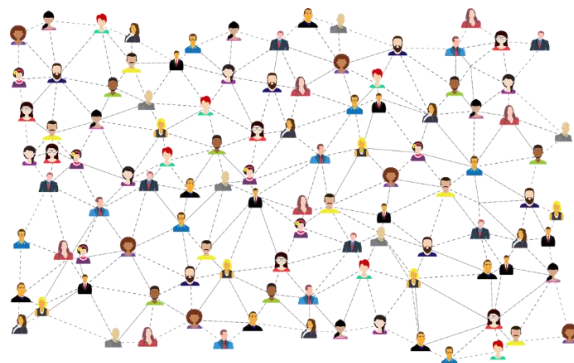
当前微信营销触点布局





优质流量昂贵

KOL推广和常规渠道推广成本越来越高，优质流量获取极为艰难



社交流量价值

微信内蕴藏丰富的社交流量，该如何定位和发挥这些流量对于品牌的价值



玩法多样选择难

公众号，活动H5，电商小程序，会员小程序，直播，社群...微信内玩法多样，品牌该如何切入如何布局来实现自身增长

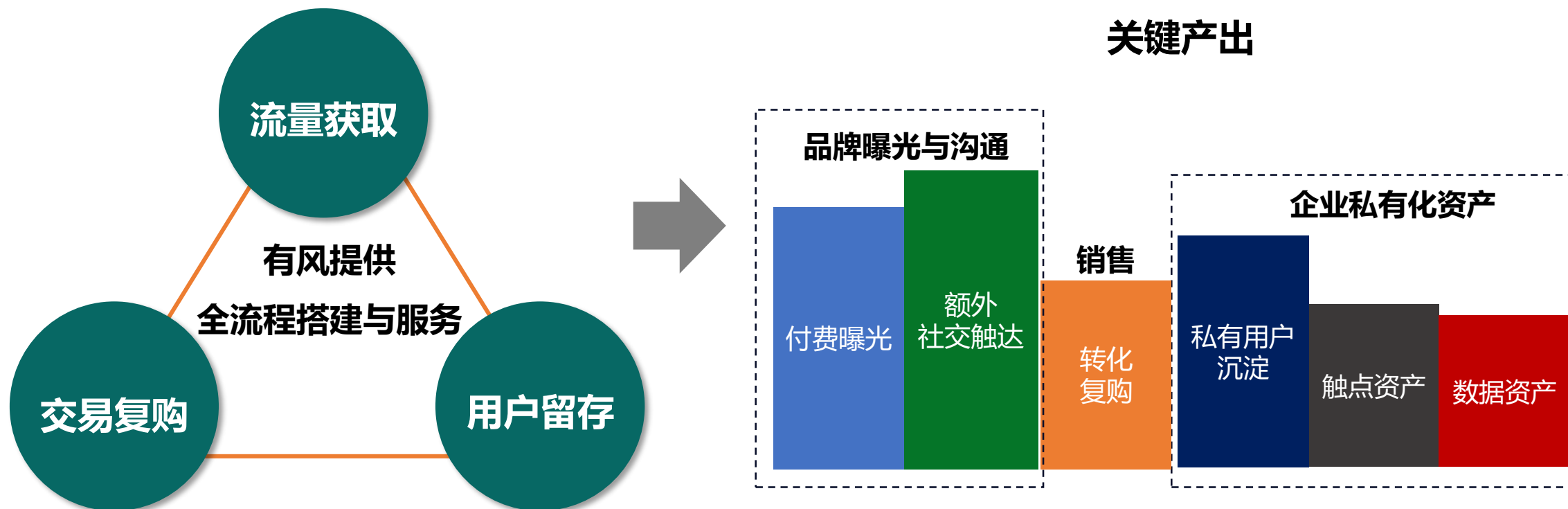


定制化要求高

粗放式经营已无法满足业务增长需求，需要精细化运营，如何快速有效高质量应对各种场景下的定制化需求

有风服务与关键产出

- 在微信生态内为企业提供商业增长服务，包括通过线上线下引流裂变方式帮助企业**低成本获取用户**，定制玩法与会员**持续互动**，并通过帮助企业**沉淀数据资产**以及基于数据的**运营服务**，可持续的提升商业运营效率



丰富的 路径规划经验

- ✓ 触点规划
- ✓ 标签定制

精准的 流量获取

- ✓ 明略数据补充
- ✓ 数据建模能力
- ✓ 用户精准画像
- ✓ 智能拓客算法

长效的 流量运营

- ✓ 流量监测提优
- ✓ 媒介运营
- ✓ 有效的裂变工具
- ✓ 优质流量识别

有效的 数据沉淀

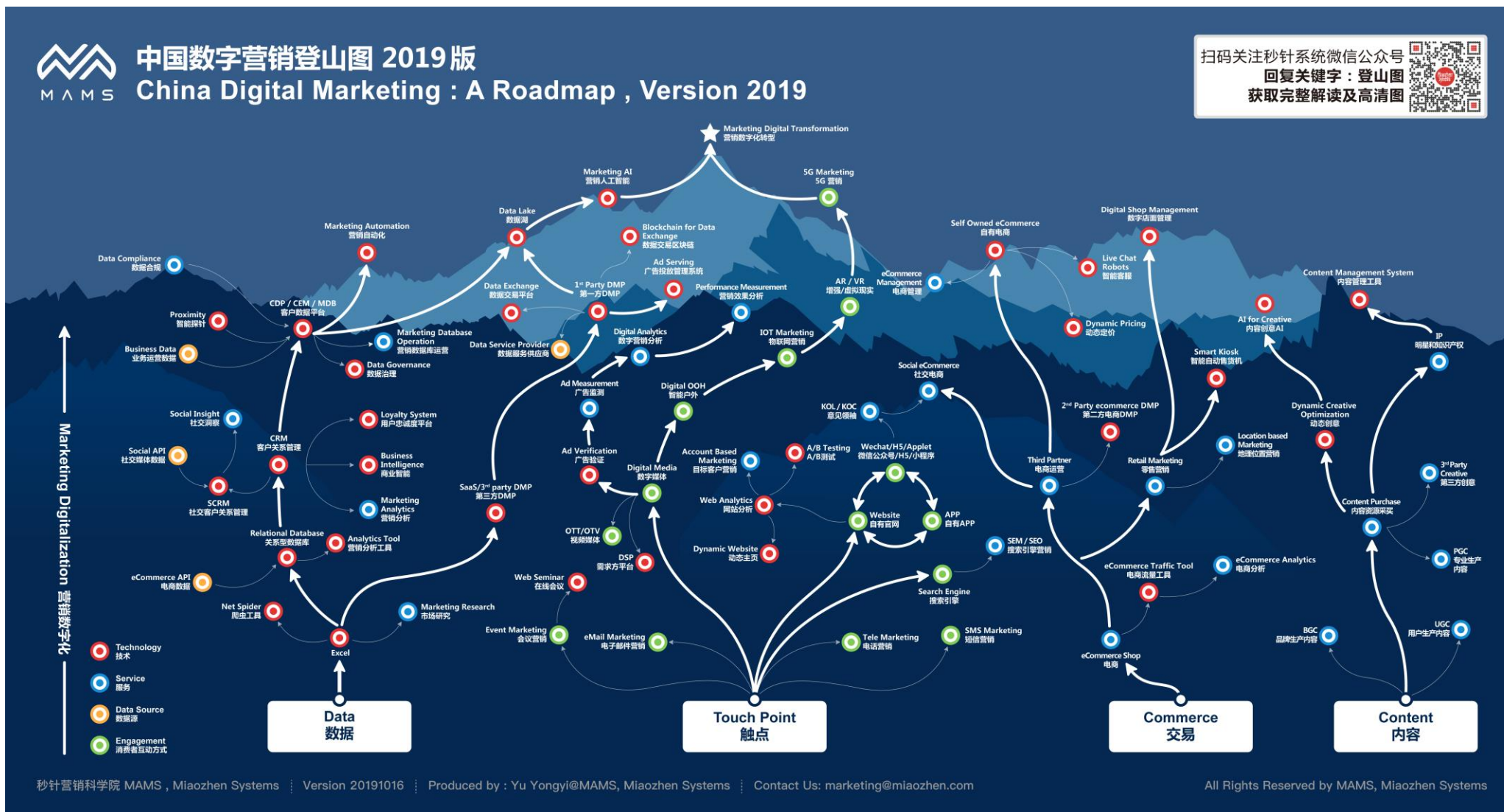
- ✓ 数据全链路分析
- ✓ 打磨各方数据
- ✓ 优质流量沉淀
- ✓ 优化用户路径

商业价值的 提升

- ✓ 客户产品力提升
- ✓ 用户洞察, CLV提升
- ✓ 客户商业规模化实现

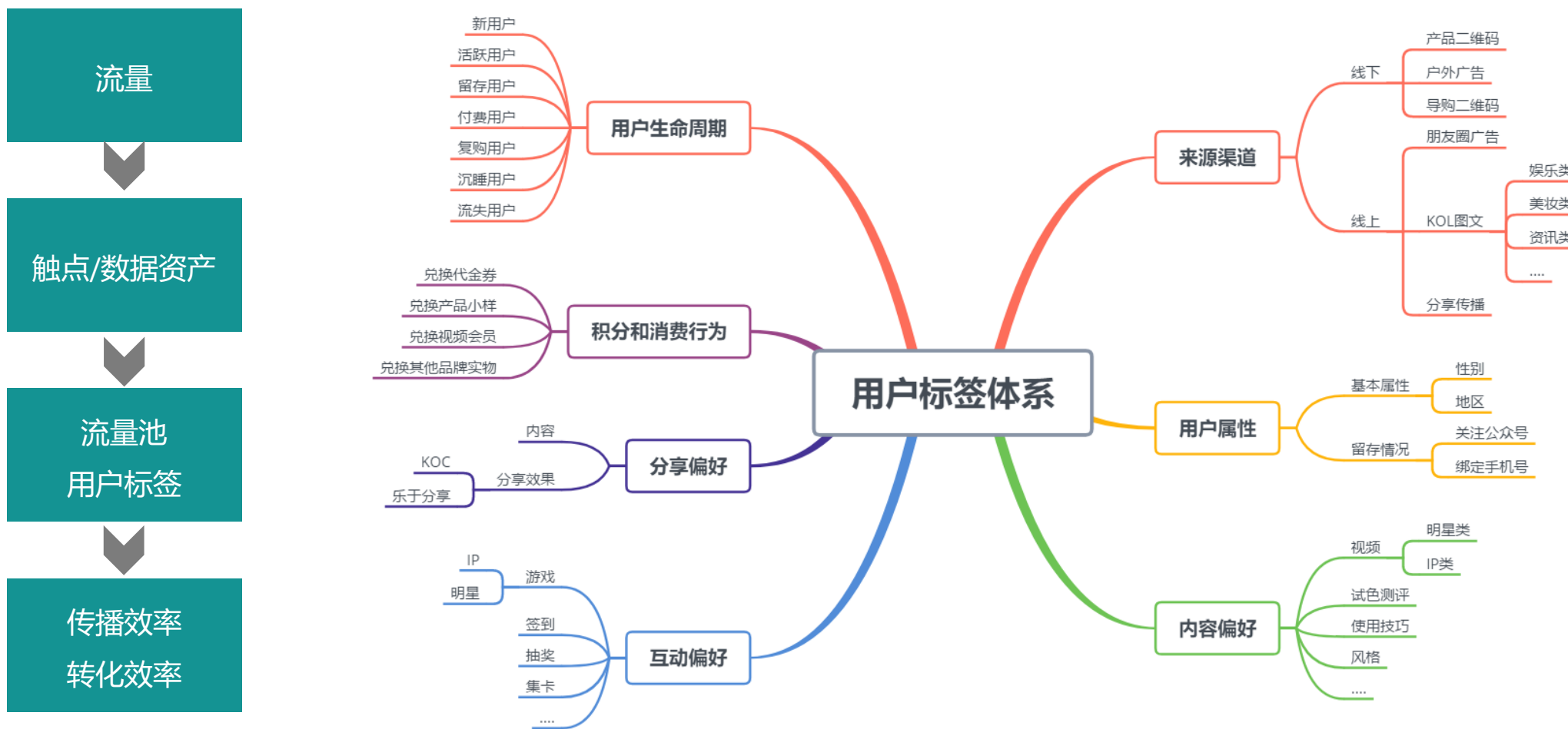
微信生态品牌触点&路径规划

帮助超过1000品牌主进行数字化咨询服务



定制化品牌用户标签，为后期长效运营做准备

- 融合H5、小程序、公众号各个触点下的用户行为数据，智能打标，形成品牌用户洞察



说明：此为标签体系框架示例，需要根据业务调整；具体标签规则基于数据情况调整

数据赋能效果类广告业务

精准人群定向：发现目标人群

- 结合明略集团的数据资源，腾讯生态数据智库（TDP）和有风的数据运营能力，精准定位目标人群

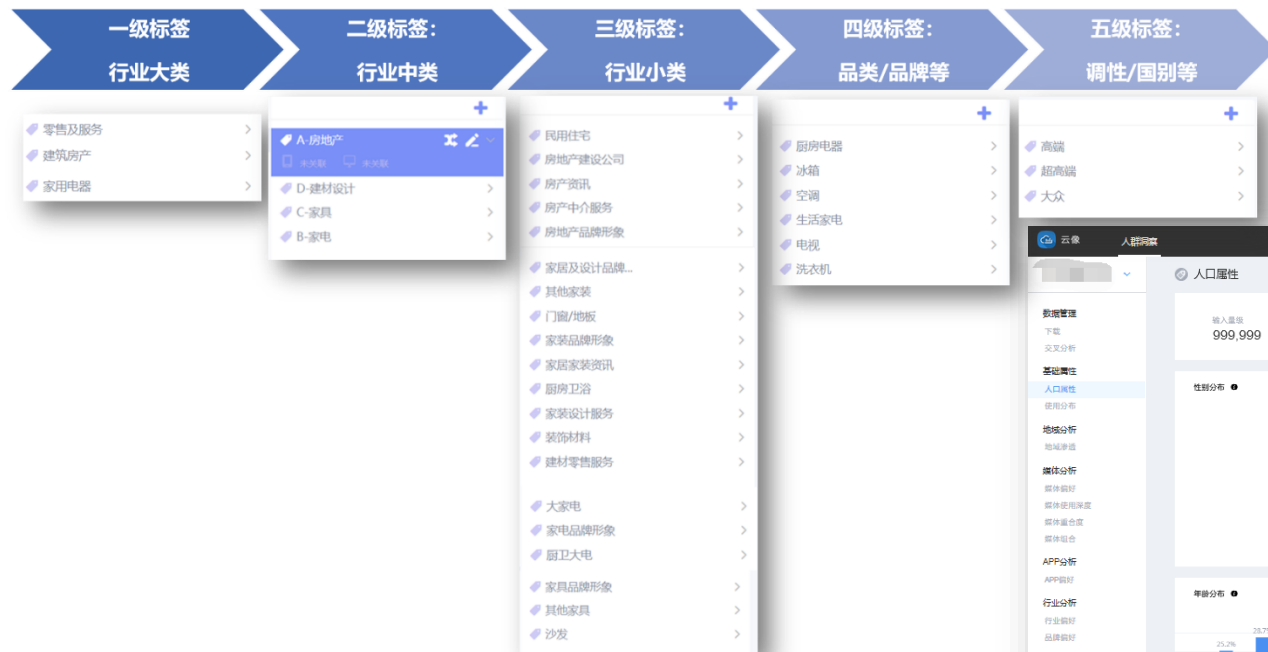


明略丰富标签体系，精准快速定位种子人群



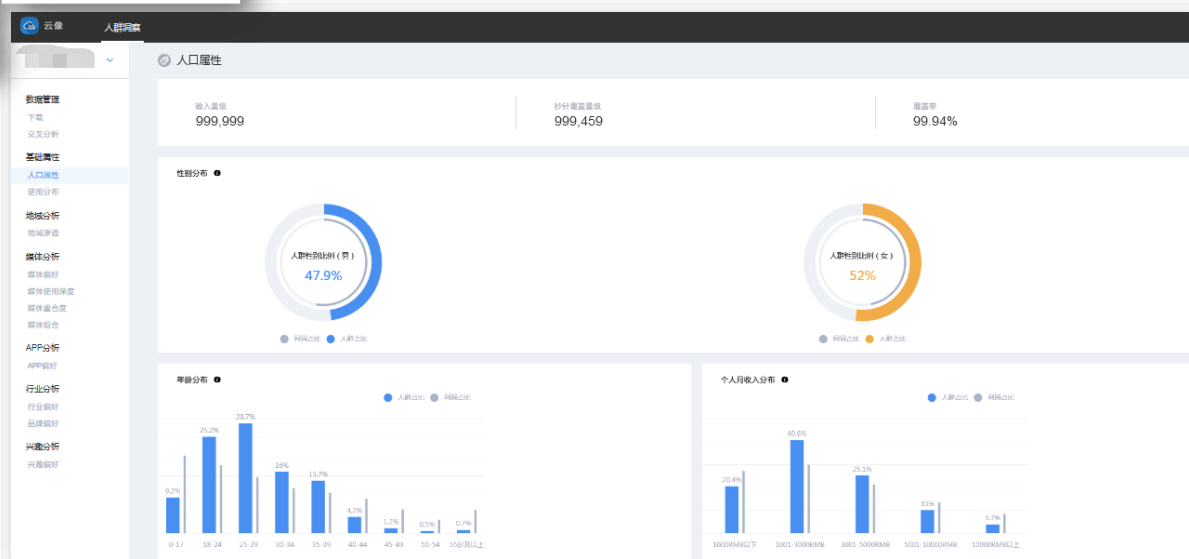
精准人群定向：明略人群数据和人群筛选工具

- 明略数据覆盖：持续收集超过1660个互联网媒体，每天1000亿条用户行为数据
- 精细化定制化人群筛选：350+行业标准标签及自定义标签



人群筛选示例

5级标签体系，定制化构建品牌标签树



人群画像

案例：人群定向发券，引流至线下门店转化

为**某餐饮品牌**定制十周年活动微信广告线上引流到店解决方案，基于明略数据人群定向投放及行业经验沉淀，
 点击率较行业高**184%**，领券成本**6元/人**，ROI达到**1:3**

定制化标签

基于明略全量广告监测数据进行潜在新客圈包

+	+
A美食	<ul style="list-style-type: none"> A1-快餐 A6外卖 A5-美食剧 A4-生鲜电商 A3-就餐生活... A2-餐厅
B电影	



朋友圈广告
精准投放



优惠券派发



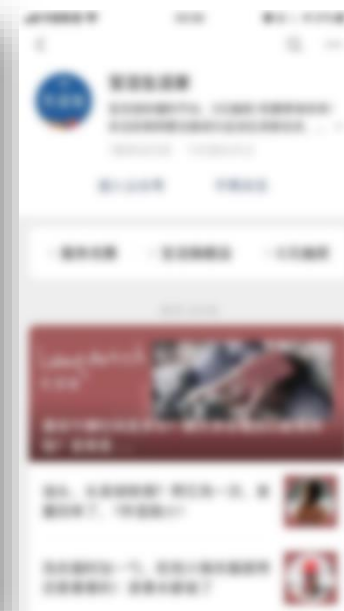
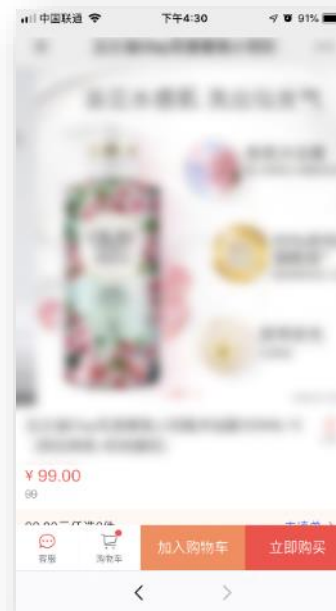
用户领券



到店核销

社交裂变营销：病毒式传播，造势品牌/沉淀用户/促成转化

低成本高效获取社交流量



社群投放

根据品牌TA
筛选目标社群进行
种子人群投放

有风裂变工具

有风裂变H5/任务宝等

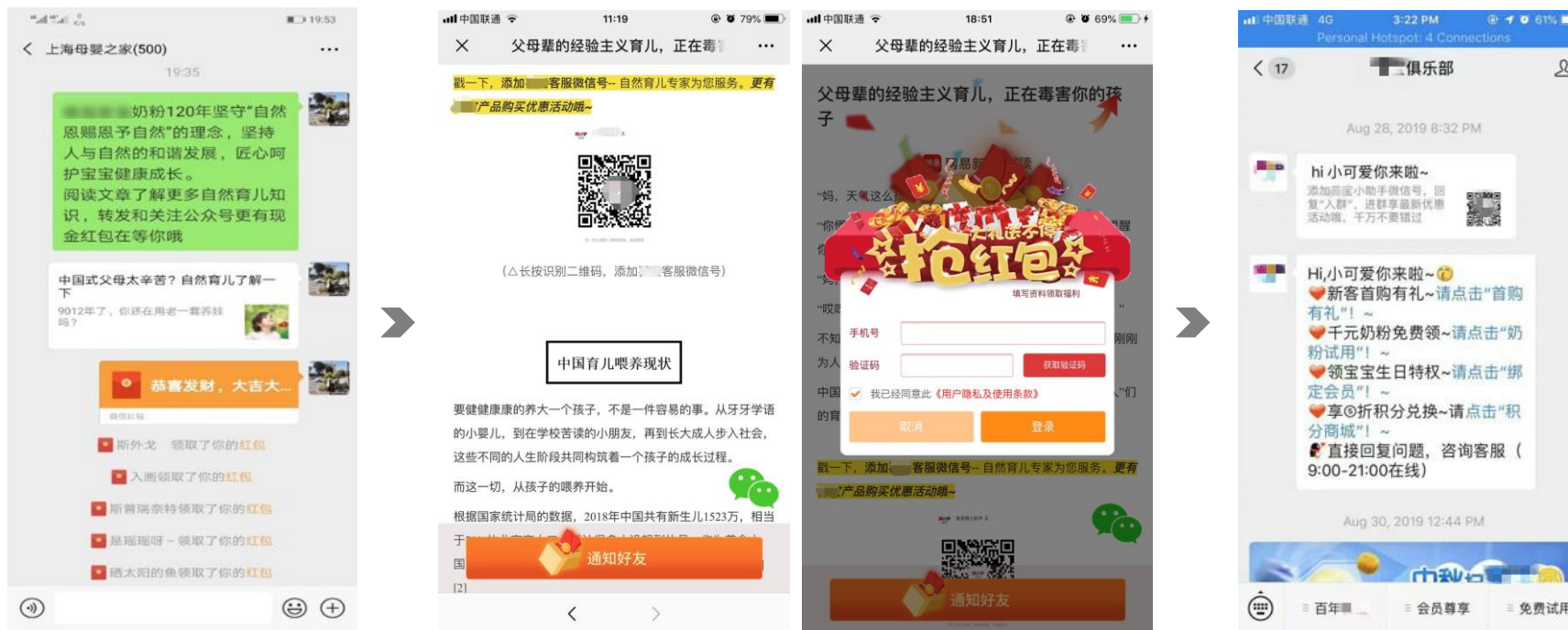
小程序/公众号

- 引流至品牌小程序转化
- 引流至公众号沉淀

案例：通过微信裂变低成本获取活动曝光与粉丝留存

为**某母婴食品品牌**定制微信生态裂变活动，降低活动传播成本，进行用户留存

用户阅读成本为日常微信阅读成本**1/20**，粉丝**留存率高达80%+**，高于日常活动留存率



微信社群广告投放

精准触达

有风裂变H5

阅读/传播/引流

品牌公众号

用户沉淀

微信生态效果全链路仪表盘

回传全链路用户数据，进行广告投放全链路

自定义用户筛选

用户行为特征

持续提升广告投放效果

广告投放

初期广告投放

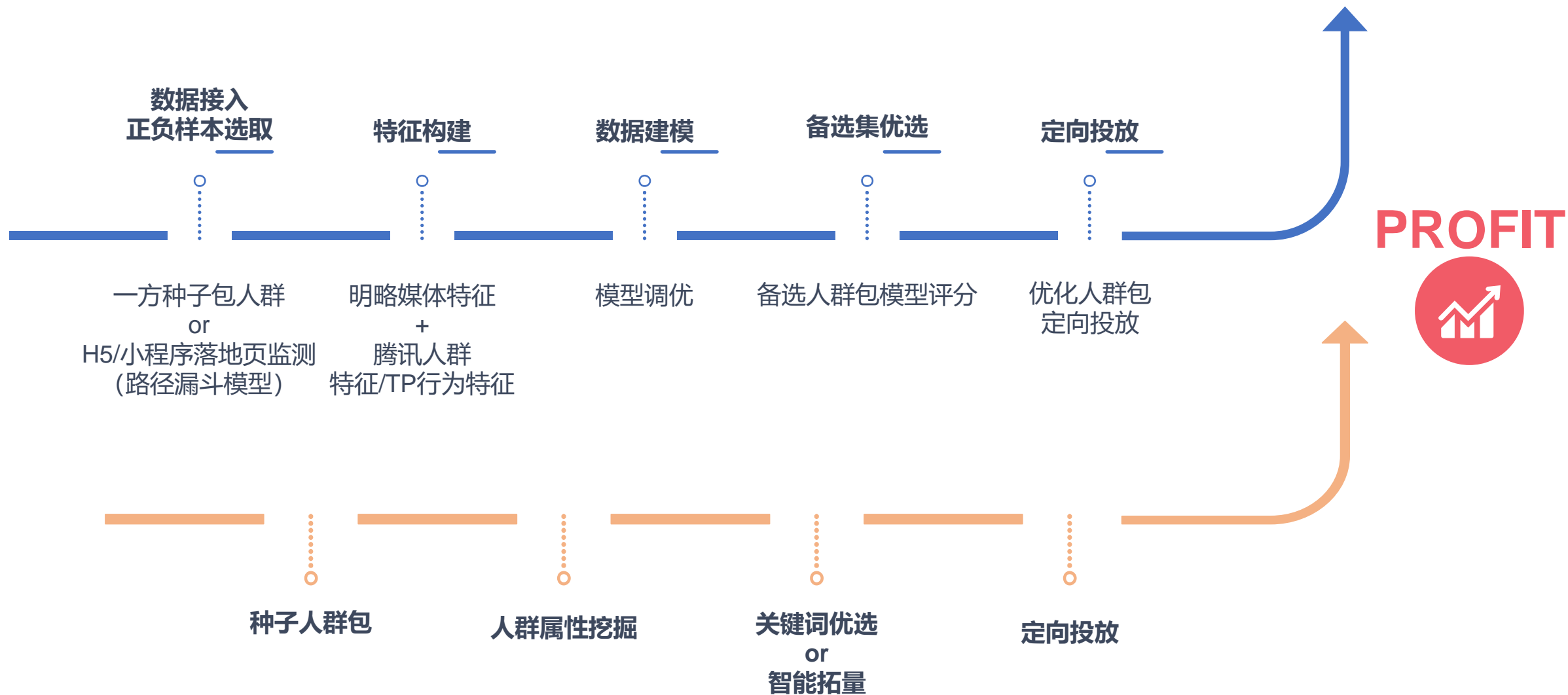
持续优化

oCPM定价优化
智能拓量
广告投放计划优化



数据驱动的人群优化和持续增长

种子用户潜能激发



智能建模，持续优化定向人群

- 根据品牌业务需求，利用明略的行业及算法经验，在TDP平台融合多方数据，提取用户基础属性/兴趣偏好/行为偏好等特征，进行模型训练，挖掘高潜用户画像，指导投放

Step1:数据上传

名称	创建方式	状态	可用人数	创建时间
测试	文件上传	处理中	0	2019-07-02
BJ887	文件上传	可用	51674300	2019-07-01
BJ889	文件上传	可用	55211775	2019-07-01
BJ892	文件上传	可用	69906774	2019-07-01
BJ881	文件上传	可用	66134321	2019-07-01

Step2:模型训练

添加特征

可选特征

- 基础属性
- 商业兴趣
- 关键词(即将下线)
- 主题
- 地域
- 设备画像
- 用户状态
- 用户行为

已选特征 (41/500)

- 基础属性 - 年龄、性别、学历、支付活跃...
- 商业兴趣 - QQ商业兴趣、广告商业兴趣...
- 关键词(即将下线) - QQ关键词、广告...
- 主题 - QQ主题、广告主题、APP主题
- 地域 - 常驻市、常驻国家、常驻省
- 设备画像 - 移动运营商、设备品牌、设备...
- 用户状态 - 有车、有房、婚恋状态、宠物...
- 用户行为 - APP场景 - 最近7天行...

新建上架

上架内容

人群选择: 请选择

功能选择: 广告投放

目标客户

可选客户: 北京学之速网络科技有限公司

已选客户:

Step3:结果预测-优选人群

结果预测

分数段	人数
30-39分	0人
40-49分	0人
50-59分	0人
60-69分	147972人
70-79分	1472138人
80-89分	3121718人
90-100分	661429人

任务应用记录 (能够完成的人群可以在TDC人群列表中找到)

名称	状态	提取条件	覆盖人数	创建时间	完成时间
优选人群1	完成	99-100分	661,429	2019-07-02	2019-07-02
优选人群2	完成	80-89分	2,121,718	2019-07-03	2019-07-03
优选人群3	完成	70-79分	1,472,138	2019-07-08	2019-07-08

Step4:人群上架

案例：通过建模优选投放人群，实现投放效益提升



优化广告创意与人群标签
降低获客成本



落地页优质内容组合
提高用户留存



用户全路径数据留存分析
定向发放优惠激励用户
促进进店转化



营销效果

获客成本较行业低 **53%**

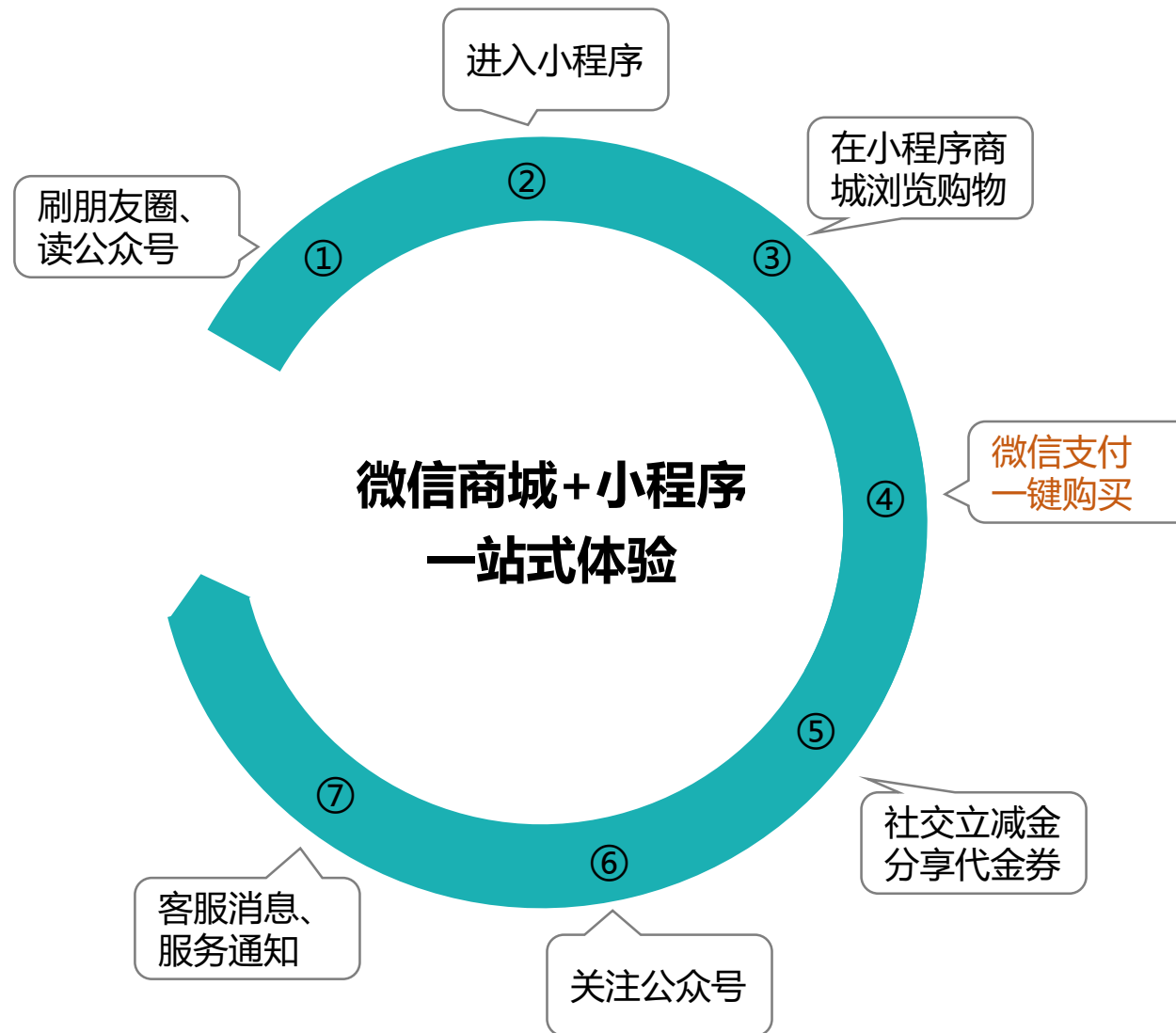
基于建模的优选人群定向

获客成本较第一轮低 **67%**

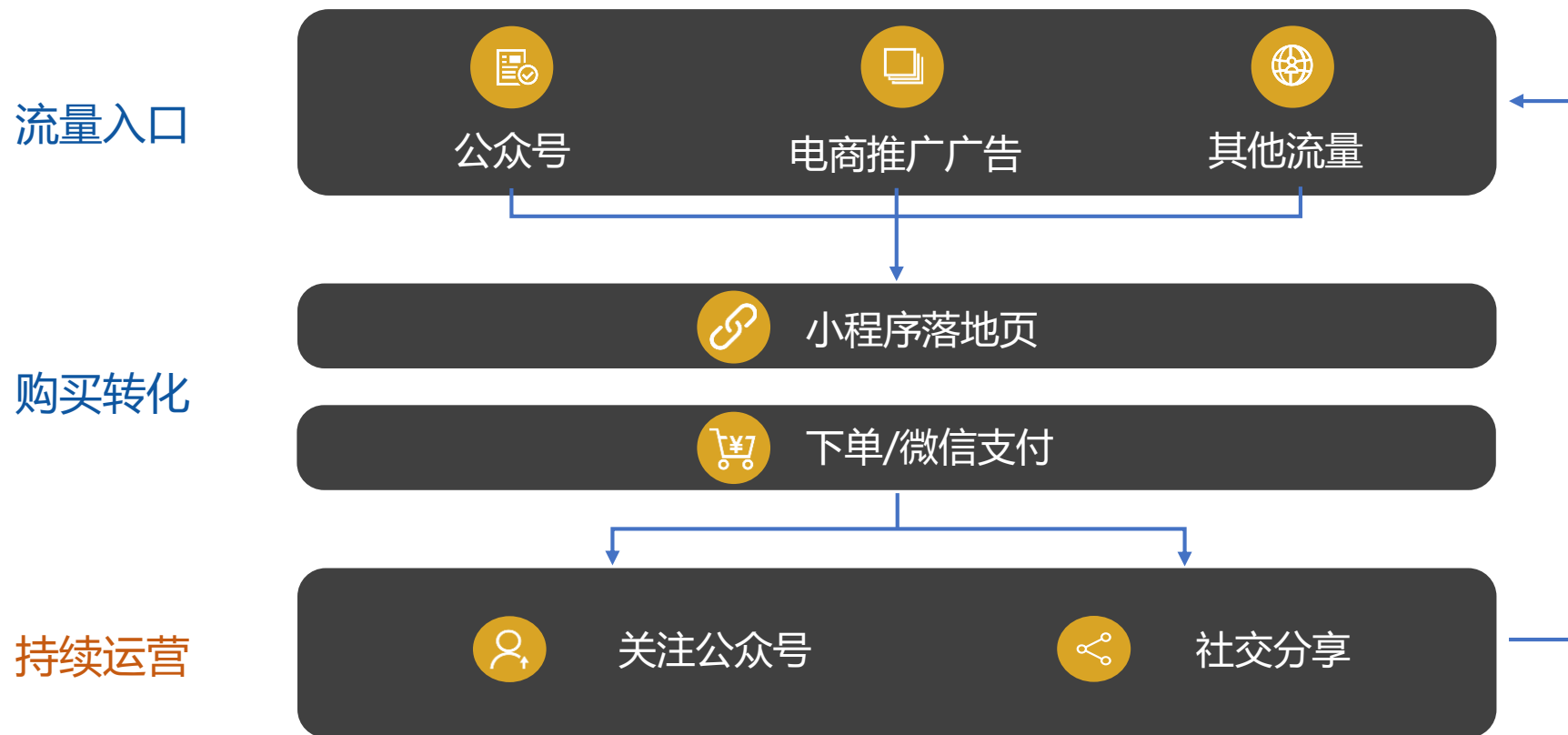
社交电商闭环

品牌 *DIRECT TO CONSUMER*

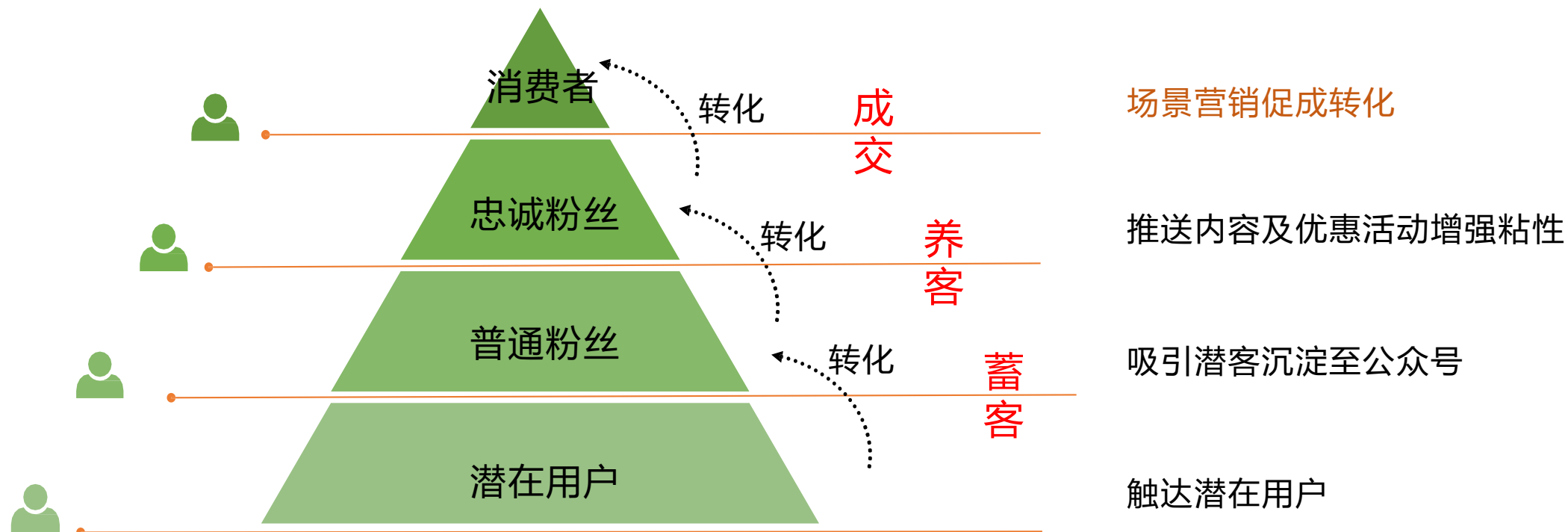
创造“一站式”购物闭环体验



模式1：电商小程序推广，实现从品牌沟通到用户转化



模式2：公众号+小程序矩阵，实现私域沉淀及零成本再转化



1



选品

热销款 | 新品
明星同款 | 引流款
应季商品 | 卖点突出

2



营销活动

活动唯一性 | 社交拼团
限时折扣 | 秒杀

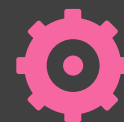
3



人群定向

一方数据
明略广告数据
腾讯社交数据

4



素材创意

图文设计 | 卖点

5



落地页

商城 | 公众号搭建

01 | 折扣

商品打折促销，领券下单减免
&抵扣金额，买的越多折扣越大
可采用阶梯定价，刺激消费

02 | 赠品

买就赠 | 满就赠
营造买一得多的购买体验
刺激用户下单购买

03 | 满减

购物满一定金额减扣货款
刺激用户购买更多
适用于大众消费品推广

04 | 拼团

基于用户邀请好友购买
适用于大众消费品，有爆
品属性的产品推广

05 | 砍价

邀请好友进行商品砍价，
促使用户主动分享传播，
促进拉新引流

06 | 直播导购

通过视频直播的方式，进
行产品展示和介绍，配合
优惠活动刺激用户转化

07 | 限时抢购&秒杀

吸引关注促使销量提升，
采用高性价比产品做引流，
价格差优势越大于转化

08 | 加价换购

使用超值产品做换购
刺激用户购买更多来换购
适合多产品组合销售

09 | 多买多惠

M元任选N件
适用于低成本、价格相当
的产品组合销售。

10 | 会员专享

针对会员&老用户优惠
刺激二次下单购买
适合针对老用户再营销

商城营销活动示例

合理的商城营销活动能促进用户的下单转化、提升粉丝活跃度、提升留存复购的效果。



优惠券



限时折扣



拼团



秒杀

公众号：蓄客养客，长效触达

公众号是留住用户，与品牌产生长期联系的地方，每个环节从用户需求出发，使用户产生信任和依赖，让用户回流，产生复购



公众号+小程序相互导流，流量附加叠合

- 公众号关联小程序相互关联可相互导流，已关联的小程序可被使用在**图文消息、自定义菜单、模版消息和附近的小程序**等场景中，为商城变现增加流量入口。



“关联成功”通知



“相关小程序”



公众号对话框



公众号主页



公众号主页

案例：通过精准投放与激励发放组合推广，实现品牌曝光+电商引流转化

为**某时尚女鞋品牌**定制从朋友圈广告投放与社交激励组合的营销方案，实现社交电商用户增长



朋友圈广告+社群触达用户



裂变传播



品宣曝光



电商引流



营销效果

曝光量：**300W+**

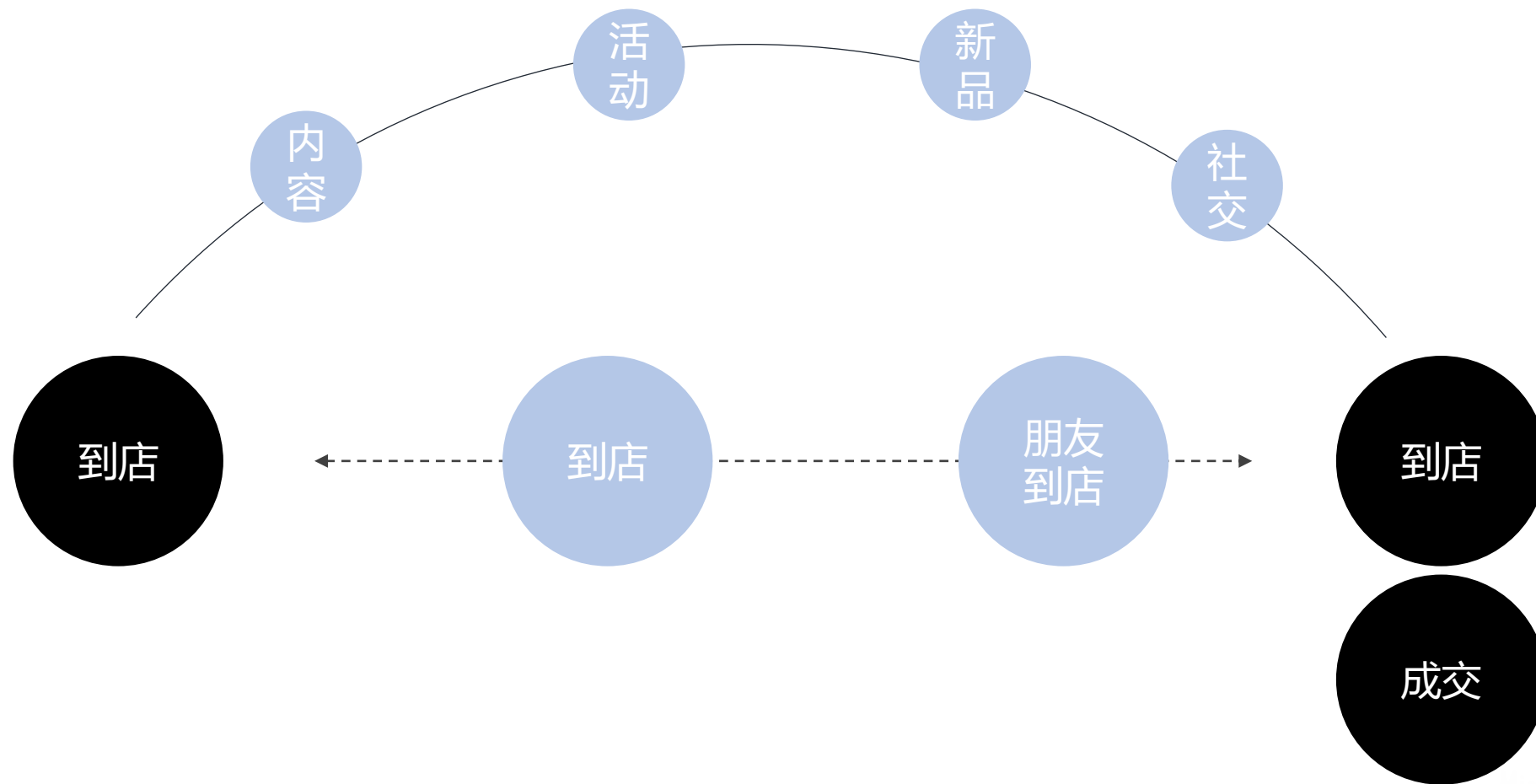
用户留存率：70%

平活动期间店铺销售ROI：**2.1+**

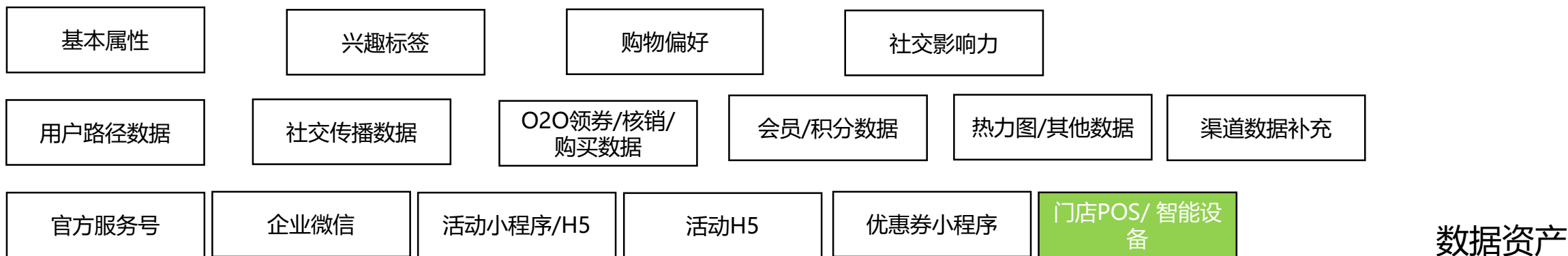
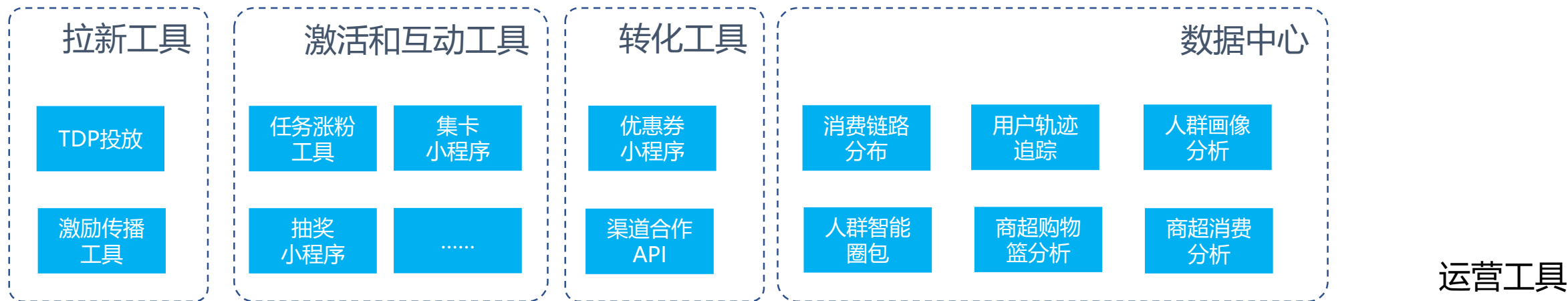
新零售线下场景联通

精准投放

邀约



明略有风智慧零售--门店运营场景



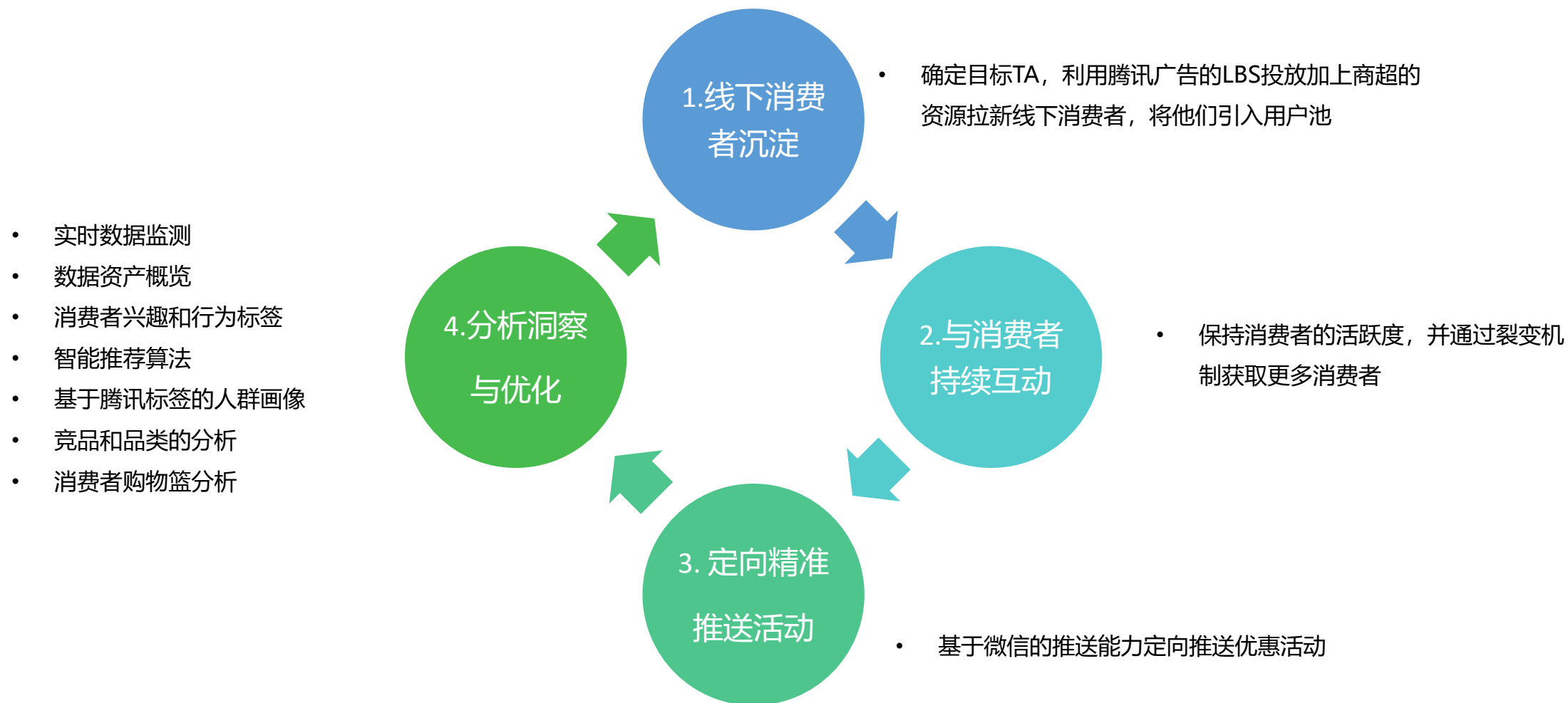
明略有风携手合作伙伴打通线上线下为品牌构建线下消费者数据资产

- 与多家合作伙伴对接覆盖的零售网络
- 覆盖全国20000+家大卖场
- 月均沟通9300万家庭消费者
- 年均发放纸质优惠券逾11900万张
- 年均发放电子优惠券5341万张

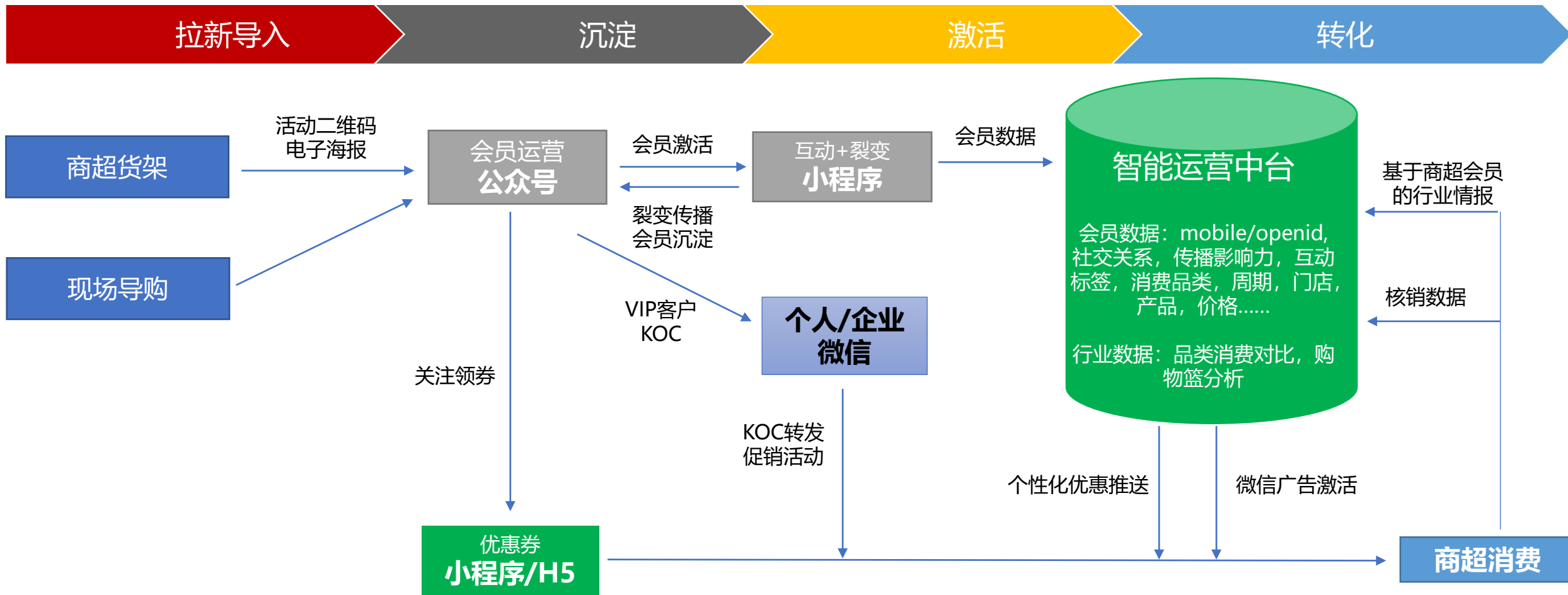


门店引流及转化运营

- 通过腾讯广告的LBS投放加上商超的资源导入，并进一步实施运营，分析和优化



线下消费者拉新路径：当拉新消费者进入商超，进行公众号沉淀，根据需求进行互动和数据积累，为日后运营实现持续优化



- 私域流量：以服务号为核心载体，结合小程序与微信个人号构建私域流量池
- 融通线上线下：实现线上拉新到线下核销与数据积累
- 可规模化：基于数据洞察分析，进行阶段复盘实现持续优化

拉新与沉淀：腾讯广告的LBS投放加上商超的资源导入，将线下消费者导入用户池



联动类型	资源所属	联动位置	位置细化	资源说明	刊例单位
线上	腾讯	微信朋友圈广告	结合多点种子会员数据的朋友圈广告精准投放	合作广告信息流	CPM/竞价 CPM
		微信公众号 (多点Dmall, 粉丝数 150W+)	多图文推送	常规推送首条	篇
	微信公众号 (区域)	多图文推送	多图文推送首条	篇	
	多点	固定位置	开机画面-全流量	多点APP 启动画面	CPD
			开机画面-地区定制	多点APP 启动画面	CPD
			首页焦点图 第3帧	多点超市首页	CPD
			首页焦点图 第4帧	多点超市首页	CPD
			全球精选焦点图 第3帧	全球精选页	CPD
			全球精选焦点图 第4帧	全球精选页	CPD
			我的-浮层	我的页面--浮层	CPD
			会员生活-庄园游戏	游戏首页浮标	CPD
	信息流	会员生活 (腾讯专享)	信息流	CPM	
		会员生活-签到页 (腾讯专享)	信息流	CPM	
		会员生活-庄园游戏-每日必看 (腾讯专享)	信息流	CPM	
支付页面-凑单页面 (腾讯专享)		信息流	CPM		
会员生活-内容页 (腾讯专享)		信息流	CPM		
门店智能购屏		智能购收银处	线下广告屏曝光	CPD	
线下	多点	SMS (按需提取人群包)	短信/PUSH内容推送	在指定活动时间内, 向指定标签的会员短信推送相关品类/品牌文案	条

- 可以联动的商超包括：物美，北京华冠，武汉中百，武汉中商，浙江供销超市，河北北国，山东银座，河南丹尼斯
- 具体联动资源由于零售商的线上资源情况不同而有差异。

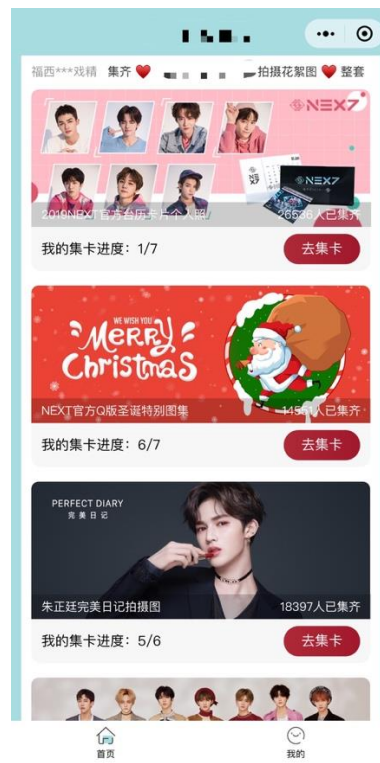
激活与互动：根据消费者的喜好上线多种互动工具，与他们持续互动



老带新组队



会员抽奖



集卡换福利



步数换优惠



娃娃机抓礼品

转化：优惠券小程序，实现线上消费者与线下核销行为打通

- 通过推送或者分享引导消费者领券
- 可设置机制激励消费者分享传播
- 线下消费者出示条码即可核销

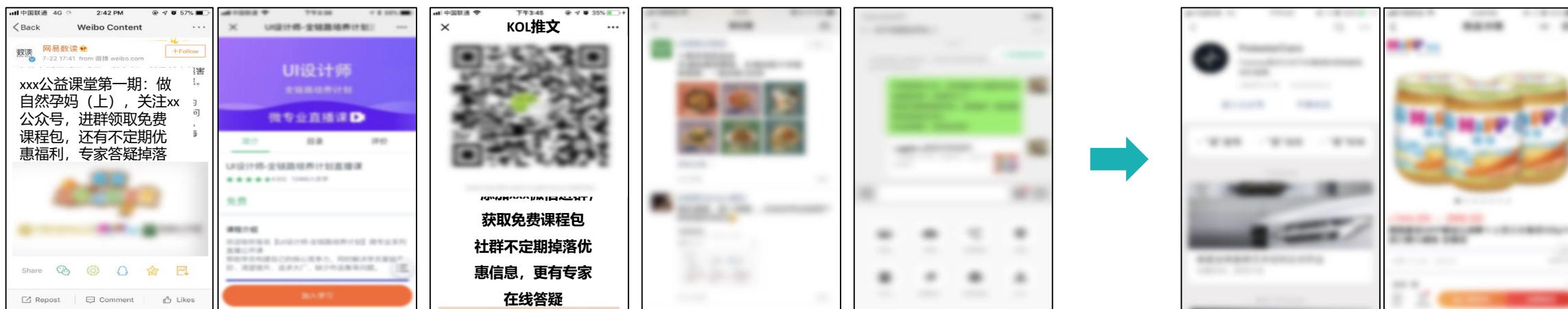


- 已对接发券核销的商超包括：物美，北京华冠，武汉中百，武汉中商，浙江供销超市，河北北国，山东银座，河南丹尼斯

品牌私域搭建与长效运营

私域流量多渠道流量引入

- 微信站内站外流量沉淀用户至品牌微信生态各个触点，进行用户沉淀，构建私域流量

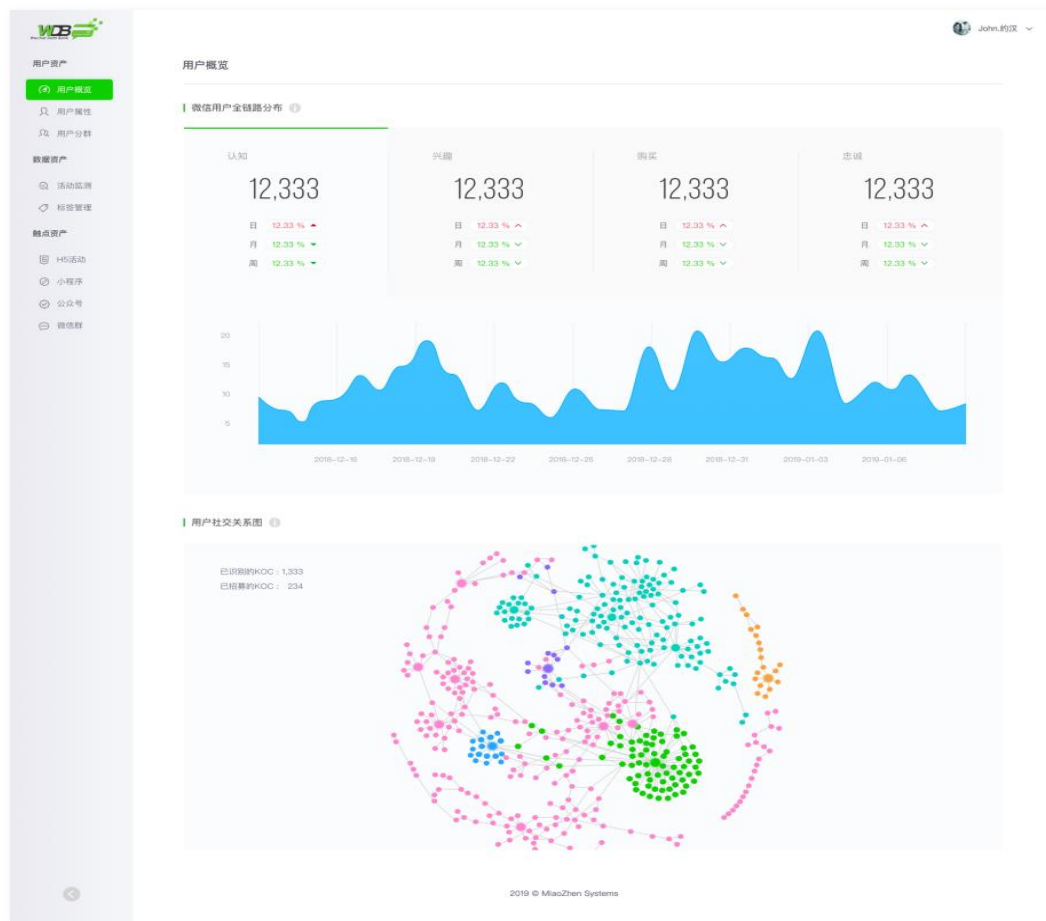


微博/网易/微信KOL/微信广告/微信社群

品牌微信生态触点

品牌数据与用户资产沉淀

- 有风数据银行帮助品牌全面掌握在微信生态下的全链路消费者旅程，赋能个性化服务

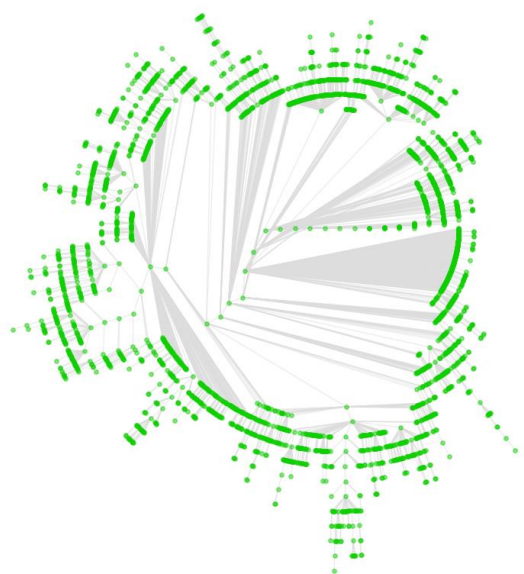


微信用户社交关系图可以帮助品牌全局了解微信内消费者的社交关系网络从中找到**关键传播节点 (KOC)**，获得最大的传播效果



实时追踪每个用户在微信生态的体验路径
赋能运营人员为每个消费者提供个性化服务

基于社交影响力的用户分层运营



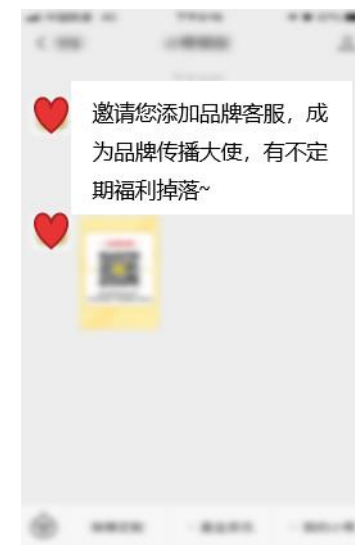
识别

普通用户



推送产品资讯&优惠券
实现直接转化

关键用户KOC



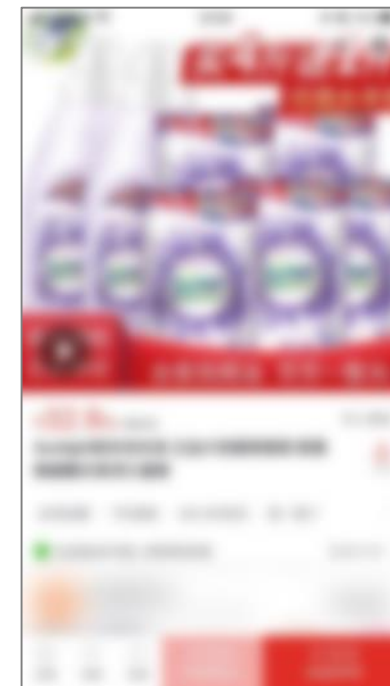
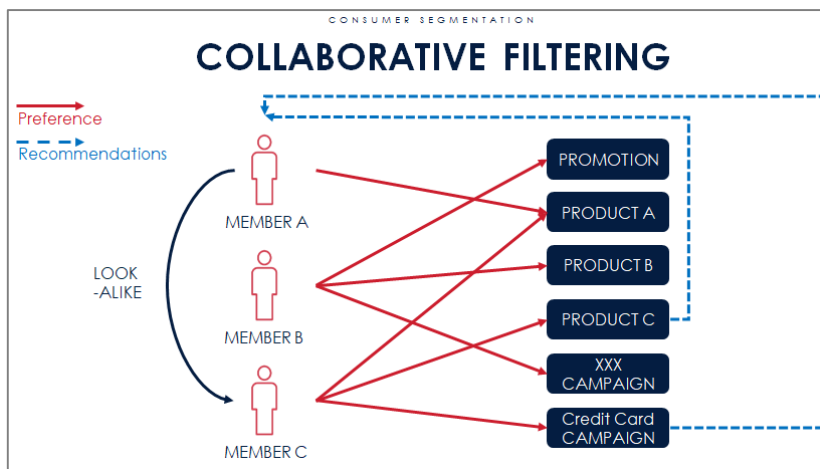
召回进行
任务运营

基于用户生命周期的分层运营

- 基于消费者的生命周期结合运营策划进行定向推送



微信私域流量数据运营助力微信生态广告效果持续提升



私域流量用户数据

品牌私域用户数据沉淀、分层，形成品牌数据资产

微信广告

- 数据建模
- TA定位
- 精准投放

微信电商

持续提升广告销售转化效果

THANK YOU