

# 移动端助力ofo上演奇迹大逆转

- ◆ 广告主：ofo共享单车
- ◆ 所属行业：网络服务
- ◆ 执行时间：2017.01.02-05.31
- ◆ 参选类别：效果类

# 背景&目标

# 共享单车：移动互联网现象级产品

## 快速增长的市场占有率伴随着异常激烈的竞争

2016年下半年共享单车行业开始爆发；月活跃用户数从54万，迅速增长到接近7000万

2016年7月以来，摩拜一家独大，用户活跃渗透率一度高达84%，即10个共享单车用户就有7~8个人在用摩拜

进入2017年，短短4个月内，市场上涌入20余款共享单车产品，竞争再次加剧



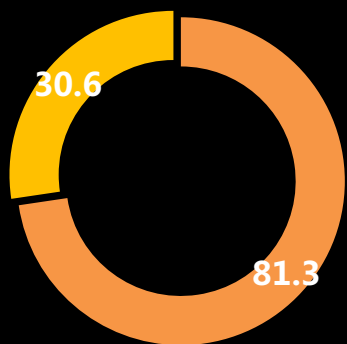
共享单车行业月度活跃用户数（万）

2016年7月以来，摩拜一家独大，用户活跃渗透率一度高达84%，即10个共享单车用户就有7~8个人在用摩拜

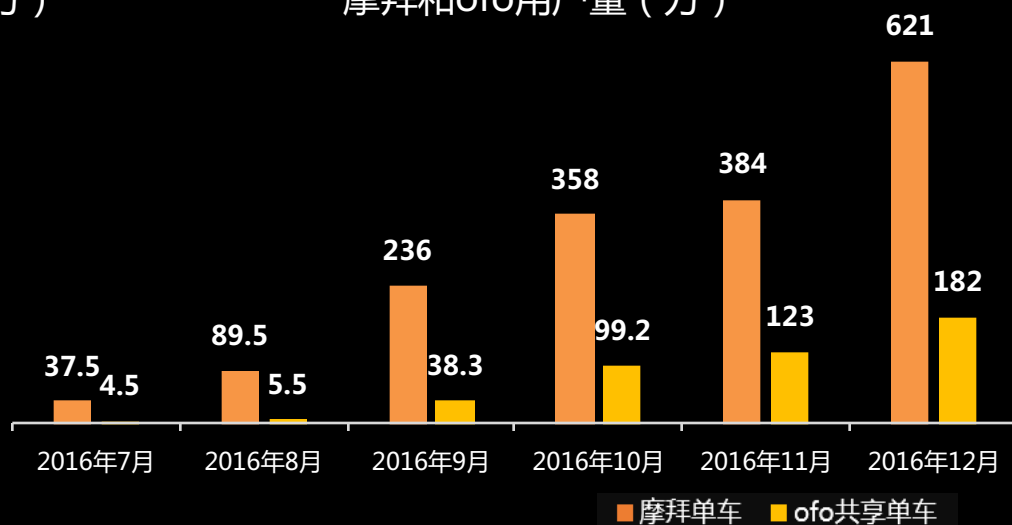
ofo虽然也在快速发展，但用户活跃渗透率依旧不到25%

摩拜的先发优势，使其用户规模领先ofo近一年！

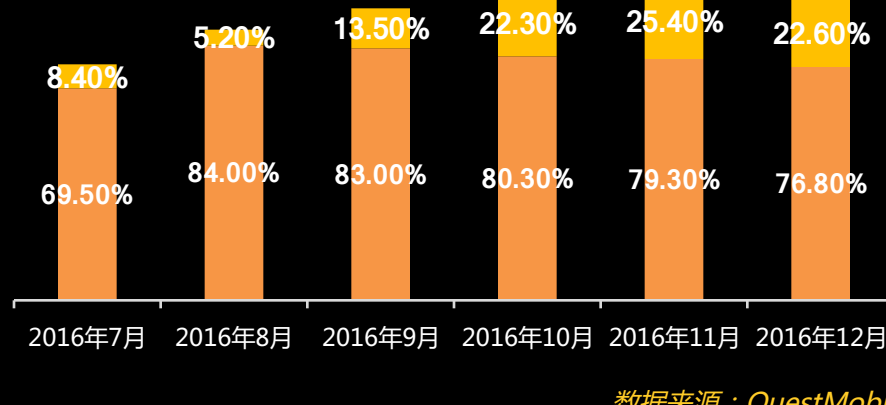
2016年底日均活跃用户数（万）



摩拜和ofo用户量（万）



摩拜和ofo用户活跃渗透率



数据来源：QuestMobile

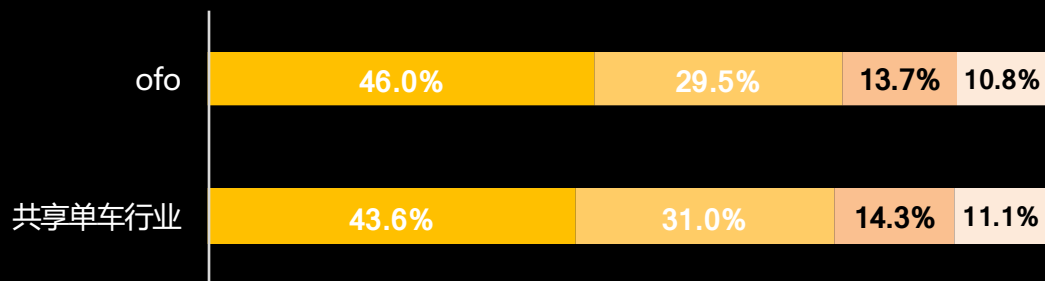
# 在市场占有率及用户规模上快速赶超摩拜 成为2017年ofo存活关键

行业高速发展时期，不能抢占行业第一位置，市场份额将被持续挤压，之后很难超越“滴滴收购后的Uber，优酷收购后的土豆”前车之鉴发人深省

# 30岁以下喜欢视频、音乐的年轻男性为ofo主要目标受众



### 30岁以下年轻用户更喜欢选择ofo



■ 24岁以下 ■ 25-30岁 ■ 31-35岁 ■ 36岁以上

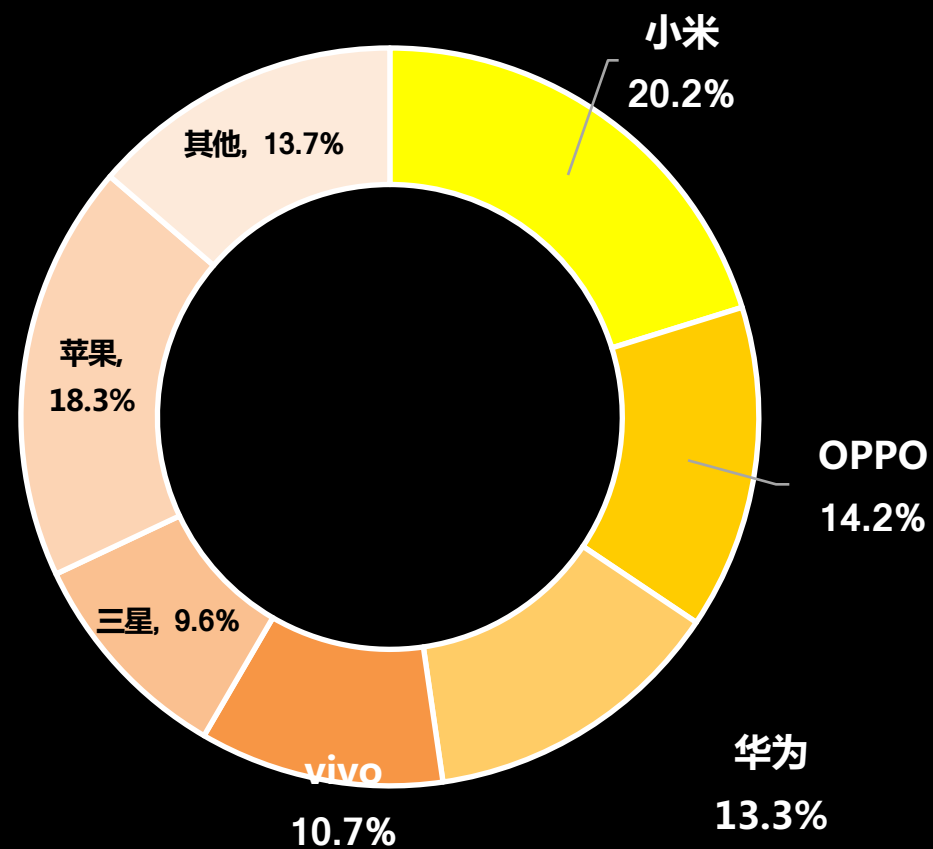
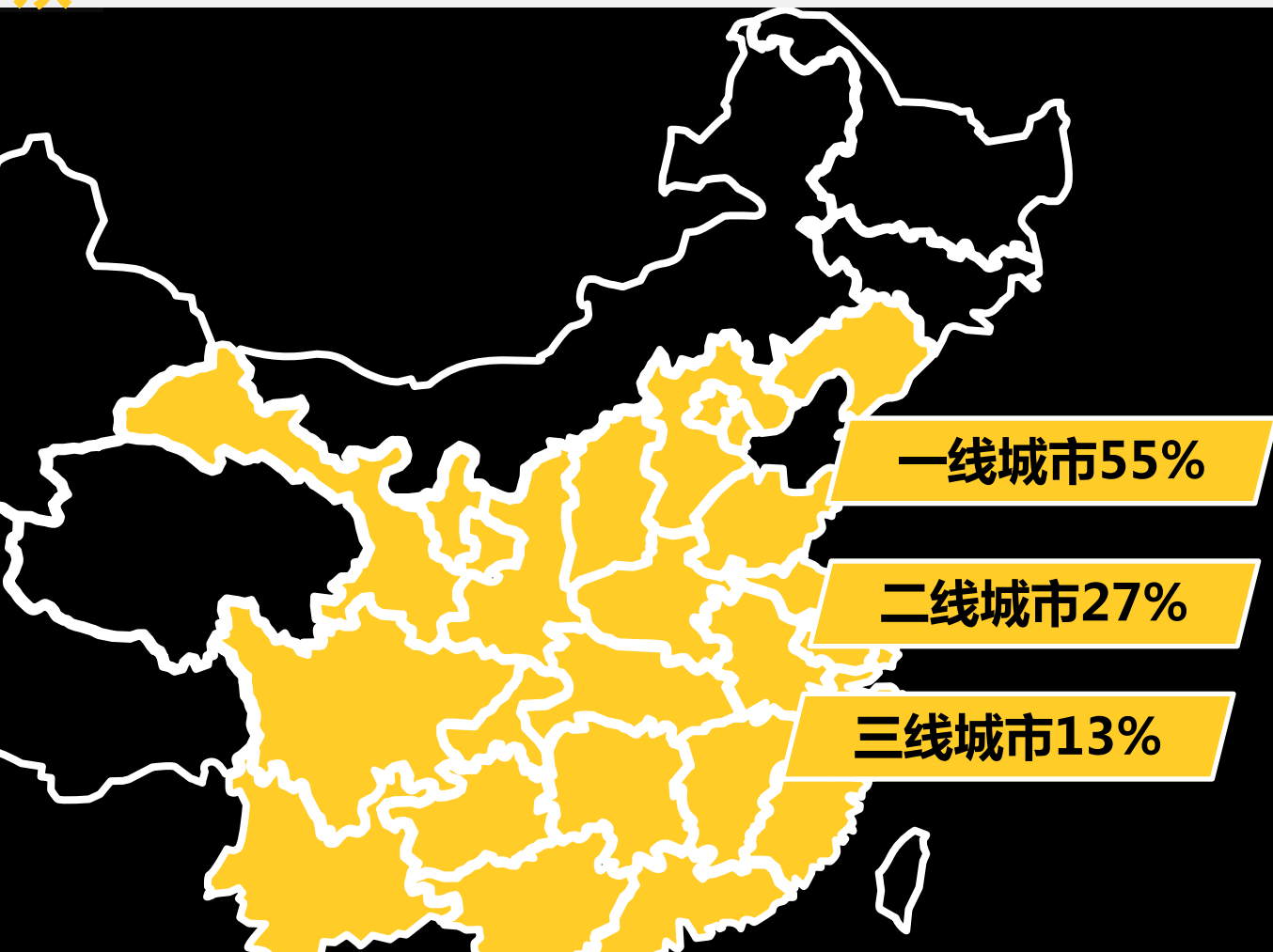
ofo用户行为偏好



# 一线城市为主，二三线城市为重点争抢市场

共享单车用户中使用小米手机的最多，占比20.2%

小米、OPPO、华为、vivo终端用户排名前三，占比近60%



**快速**赶超摩拜  
**抢占**二三线市场  
**精准**触达目标用户

短时间内增加用户**下载并使用APP**  
成为2017年ofo刻不容缓的挑战



Top  
Mobile  
Awards

---

# 洞察&策略



# 洞察：【精准性】使2017年信息流爆发式增长

“让广告在对的时间以对的形式出现在对的人眼前”



**信息流**  
2017年最快增长的广告形式

2016年  
信息流广告规模  
32,570,000,000

2015年  
信息流广告规模  
17,200,000,000

同比增长  
89.5%

# 洞察：占领四款移动终端就占领了二三线城市用户

2016手机出货量5.6亿

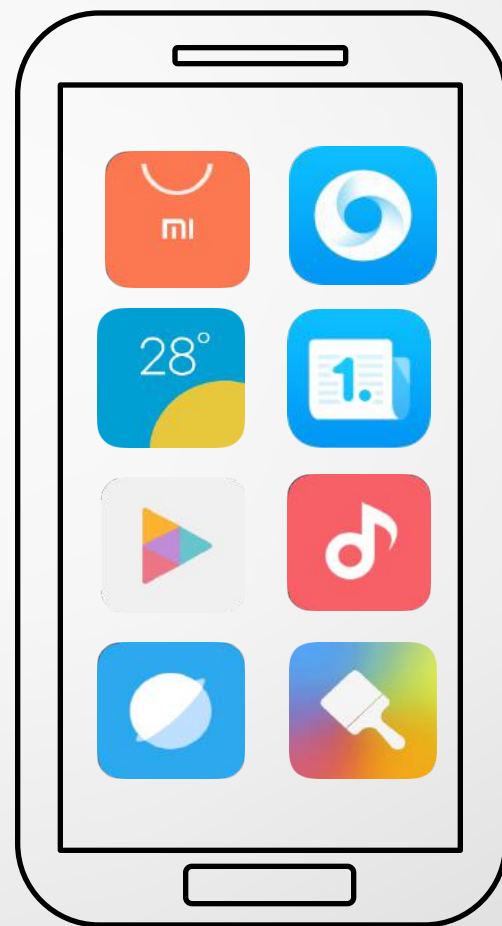
4款手机占80%

占据一线城市外

对二三四线城市全覆盖



移动终端【系统级】  
精准广告生态



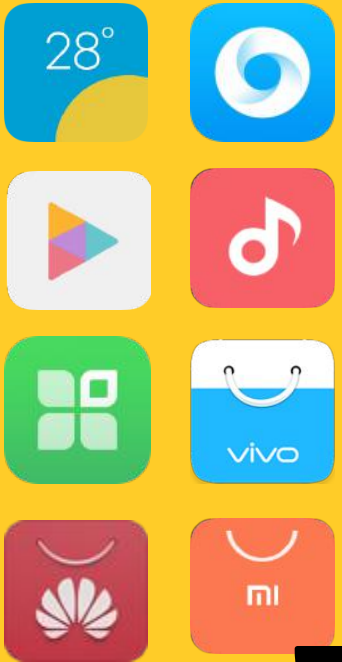
随着手机厂商进入系统及应用开发  
手机用户7\*24小时的  
生活、应用数据被系统收集

# 策略

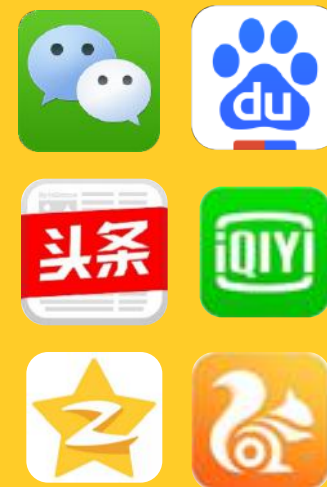
## 通过内容和终端

一起快速有效触达二三线共享单车目标用户

移动终端系统级生态  
(厂商生态)



信息流



策略

品牌

号召用户使用下载

效果

直接达成APP下载应用

明星代言

话题炒作

红包奖励

ofo

厂商生态

信息流

# 媒介&执行

# 品牌：明星效应+社会化媒体话题+利益刺激 号召用户下载、使用、分享小黄车APP



## 传播主题

**[骑时可以更轻松]**

主张生活可以更轻松同时  
突出产品功能更便捷，更好骑

## 明星代言

4月

选取目标用户群热度最  
高的明星鹿晗代言  
明星效应号召用户使用

## 全民热议

5月

明星大咖#ofo腿#  
社会化媒体抢占话题

## 奖励刺激 全民行动

5月开始

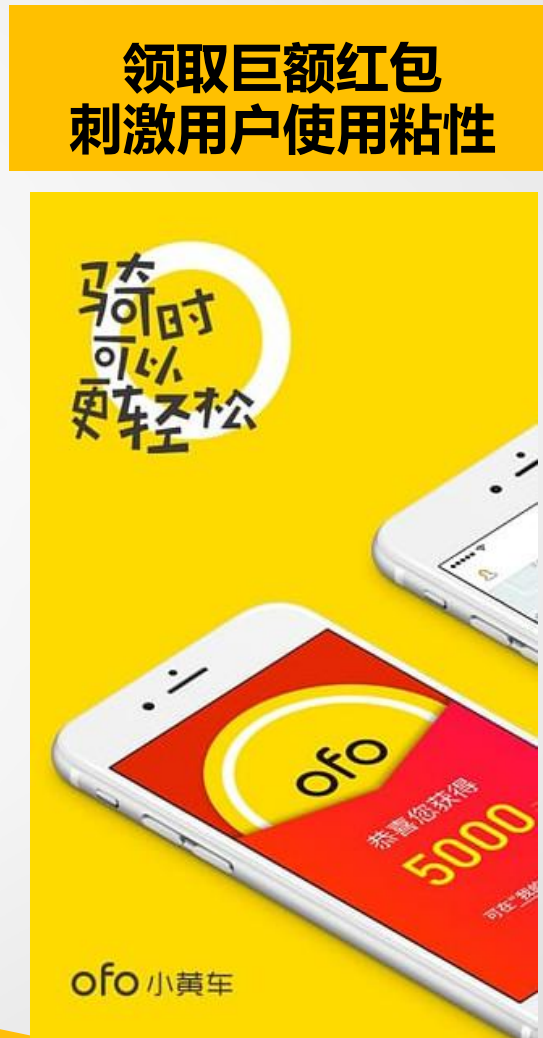
红包刺激用户拉动好友使用  
促进使用粘性

# 品牌：鹿晗代言

选择学生、白领等目标人群  
高使用率APP，覆盖式强曝光  
号召用户下载使用小黄车APP



# 明星线上动态#ofo腿#引发社会化媒体热议



品牌：明星效应+社会化媒体话题+利益刺激  
号召用户下载、使用、分享小黄车APP



# 效果：根据各媒体及移动终端采集的用户兴趣+意图 推送不同内容的ofo广告内容

用户

内容

地域、年龄、  
性别、学历  
**基本属性**

商业兴趣  
关键词  
**兴趣爱好**

**用户环境**

上网场景  
设备价格  
操作系统  
联网方式  
移动运营商  
天气定向



**用户行为**

APP行为：  
活跃  
付费  
安装  
付费用户  
应用用户

**自定义**

网页  
邮箱

**用户状态**

生活状态  
居住社区价格

**兴趣**

App内的历史浏览/搜索信息  
跨屏/跨媒体浏览交互数据  
广告曝光/点击的投放互动数据  
App联盟的用户使用偏好属性

**意图**

搜索引擎的搜索数据  
LBS行动轨迹的数据

**精准**

**有效**

**移动终端系统**

**信息流**

25岁左右、女性、  
近期搜索假期出行用户



# 根据厂商移动终端对用户数据分析 根据用户使用场景情况，触达目标用户

当你看新闻的时候  
OPPO联合一点资讯产品



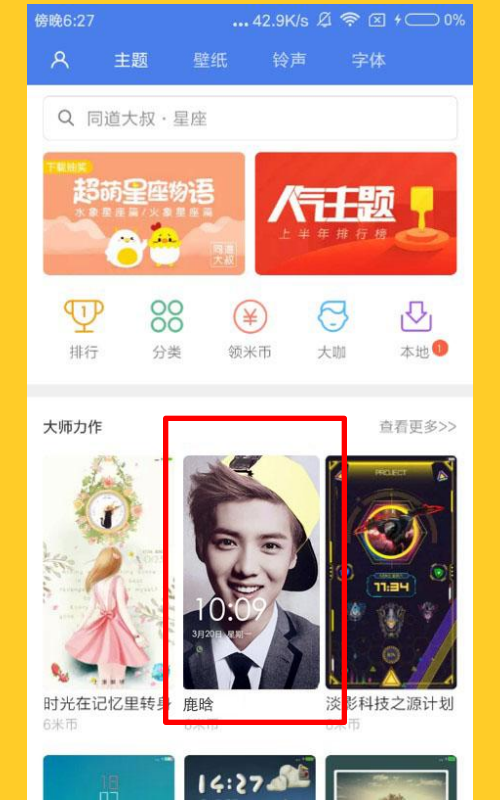
当你听音乐的时候  
小米音乐、小米视频

当你看视频的时候  
小米视频

小米日历  
小米天气

小米、OPPO手机  
桌面搜索

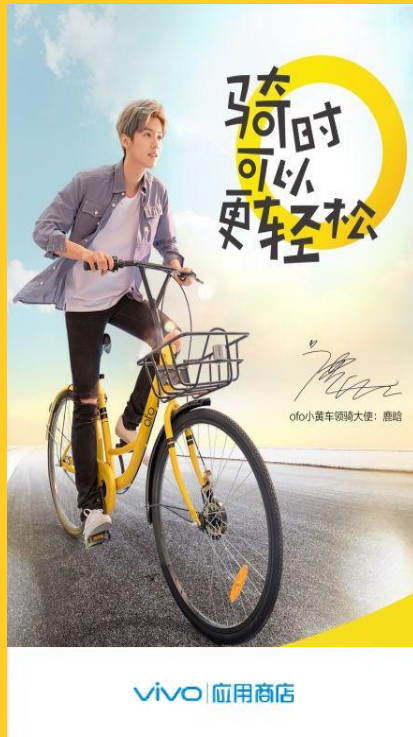
ofo鹿晗代言手机主题



# 只要进入应用商店 就可能成为ofo的用户

主流媒体全方位覆盖  
首屏、搜索、赚积分

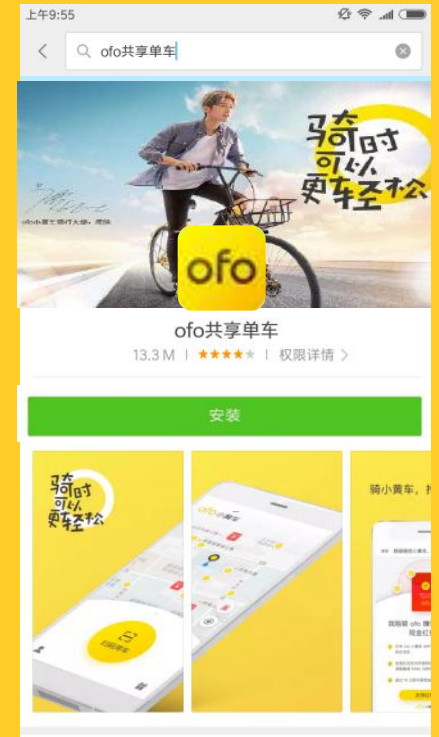
## 当你打开应用商店的时候



## 当你赚积分、福利活动的时候



## 当你搜索的时候



应用商店开屏——福利活动——搜索霸屏

# 信息流：根据不同媒体用户行为，以不同形式展现

关键词分析，用户浏览行为，用户关注点，用户兴趣，基于大数据生成ofo人物画像+意图分析。

搜索



基于分析用户属性及社交关系，生成画像。

社交

视频

基于用户浏览行为和搜索分析，生成画像。

新闻

基于分析用户浏览行为数据，生成画像。

# 资讯类

偏爱猎奇



# 社交类

发布假期出游内容用户



# 搜索类

近期搜索过竞品的用户



# 视频类

展示形式带入感强



# 视频类

投放用户人群喜欢剧集



# 基于种子用户画像、社交关系链 匹配最相似的同类消费人群 进一步引发更大客户量级增涨

## 将种子用户与媒体用户标识进行匹配

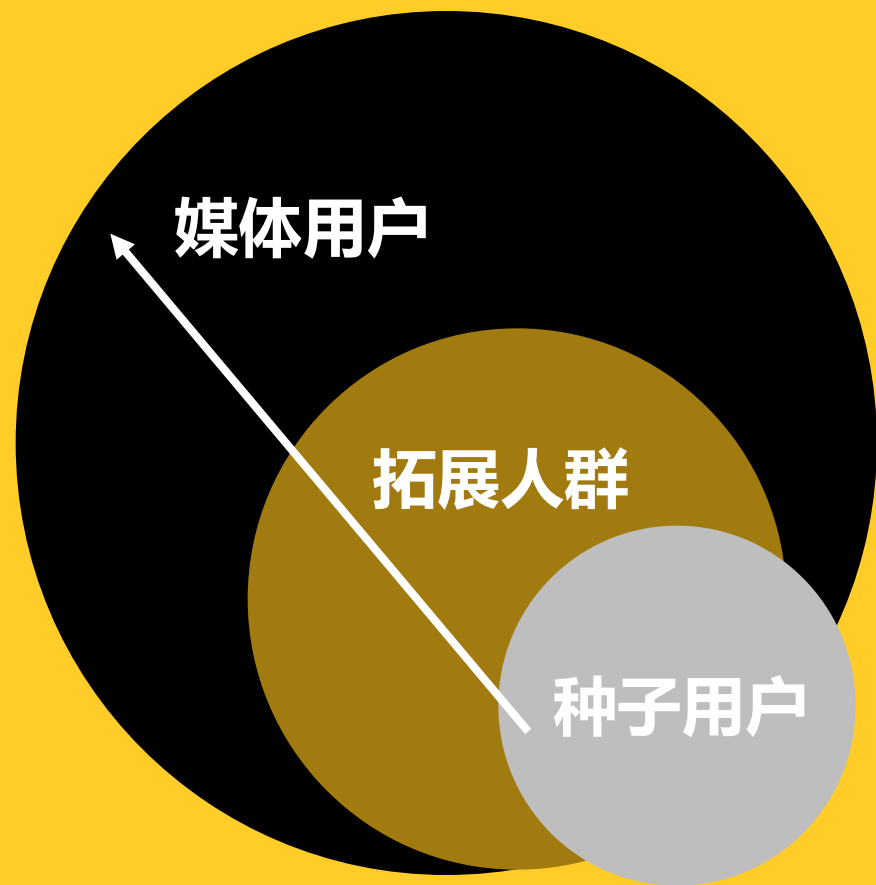
- 在广告主提供的种子用户中匹配出使用媒体产品的人群
- 系统自动记录账户内近期的广告数据中有点击或转化行为的人群

## 系统根据种子用户标签与媒体用户标签匹配

- 依托媒体丰富的用户数据，lookalike相似人群扩展会从上百万个维度对种子人群进行分析，从中筛选出最具代表性的共有特征

## 将匹配的人群进行扩展

- 根据这些特征，再从全量活跃用户中筛选出另一批与种子人群最相似的用户



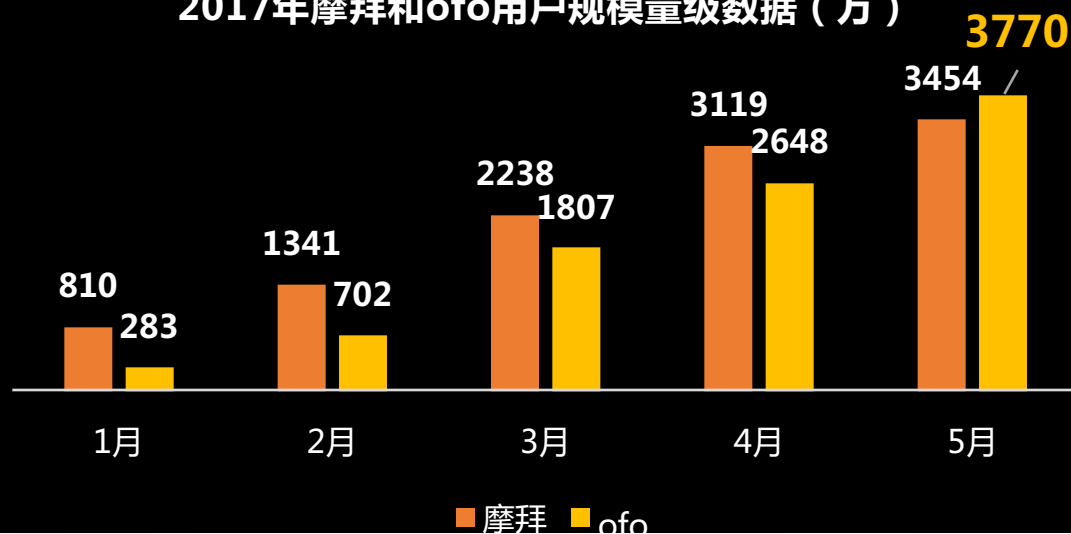
# 效果&反馈

# 反超竞品，行业领先

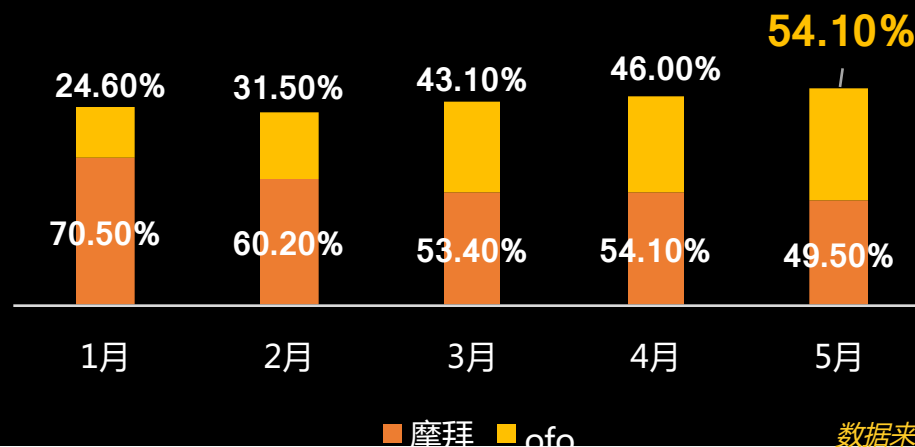
摩拜的渗透率一直下降，ofo实现跨越式增长

2017年5月ofo的用户规模反超摩拜，用户量达到3770万，日活跃用户量高达704.2万；

2017年摩拜和ofo用户规模量级数据（万）



2017年共享单车APP用户活跃渗透率



数据来源：QuestMobile

在用户规模和用户活跃渗透率上在2017年5月实现反超  
ofo首次达到业内顶尖

行业高速发展时期，ofo一步步扩大市场份额，逐渐缩小与前者的差距，最终实现反超，成为行业的领头羊





Top  
Mobile  
Awards

---

感谢观看