

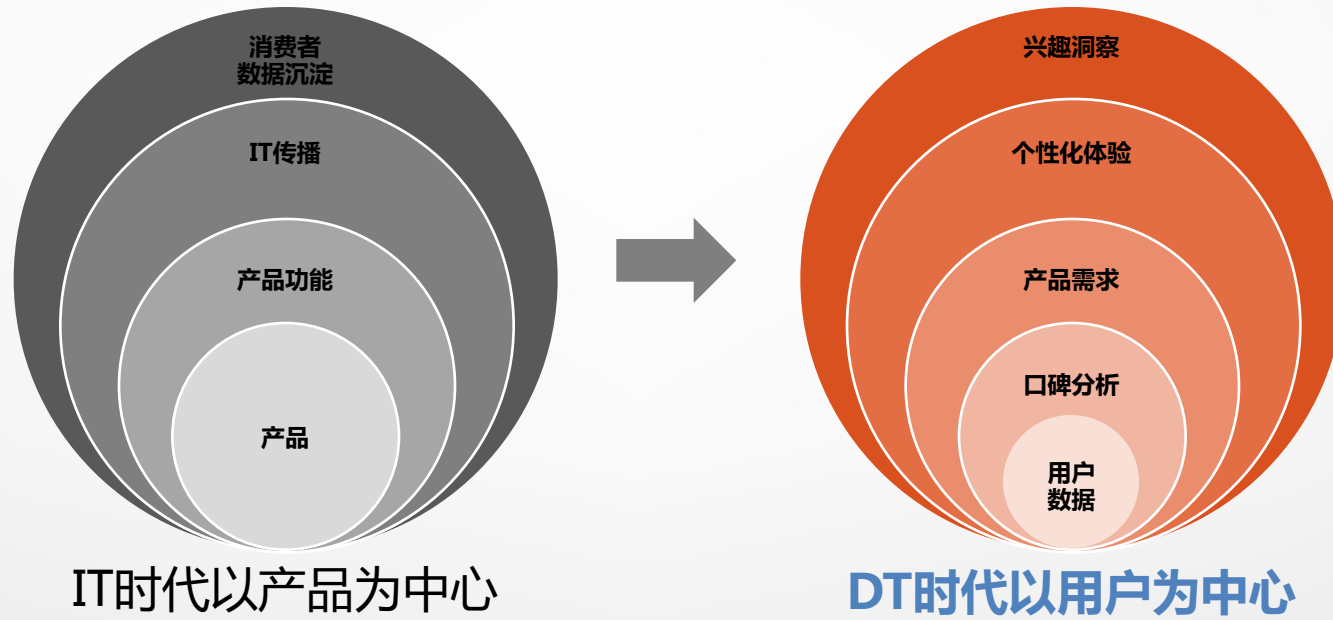
# iTop



- ◆ **所属类型**：平台
- ◆ **开发时间**：2013年-至今（不断的完善升级）
- ◆ **参选类别**：年度最佳移动营销数据平台

开发背景

# 从IT时代到DT时代的转变



## 时代的转变使企业的营销体系产生了问题





## 高效你的数字营销

### 让人群数聚、场景数聚、传播数聚

形成DMP实时立体热动分析、管理、洞察

轻松可视化企业营销状况，多维度立体解读数据，及时做出精准决策

## 1、独创“SSSC立体化数据聚合管理分析”技术获得了国家技术发明专利。



# 混乱的商业世界， 如何有序起来？

## 立体化数据聚合

独创“SSSC立体化数据聚合分析技术”，将散乱的第一、第三方营销数据聚合纳入统一的管理平台

智能识别数据类型并进行多维度数据细分管理，让营销数据标签化、鲜活化，助力营销决策

iTop可实现轻松可视化企业营销状况，多维度立体解读数据，助力企业及时精准决策，是数字营销聚合管理分析的市场营销利器。

## 2、iTop业内独创的“DMP+数字营销”生态服务漏斗，实现“数聚营效”

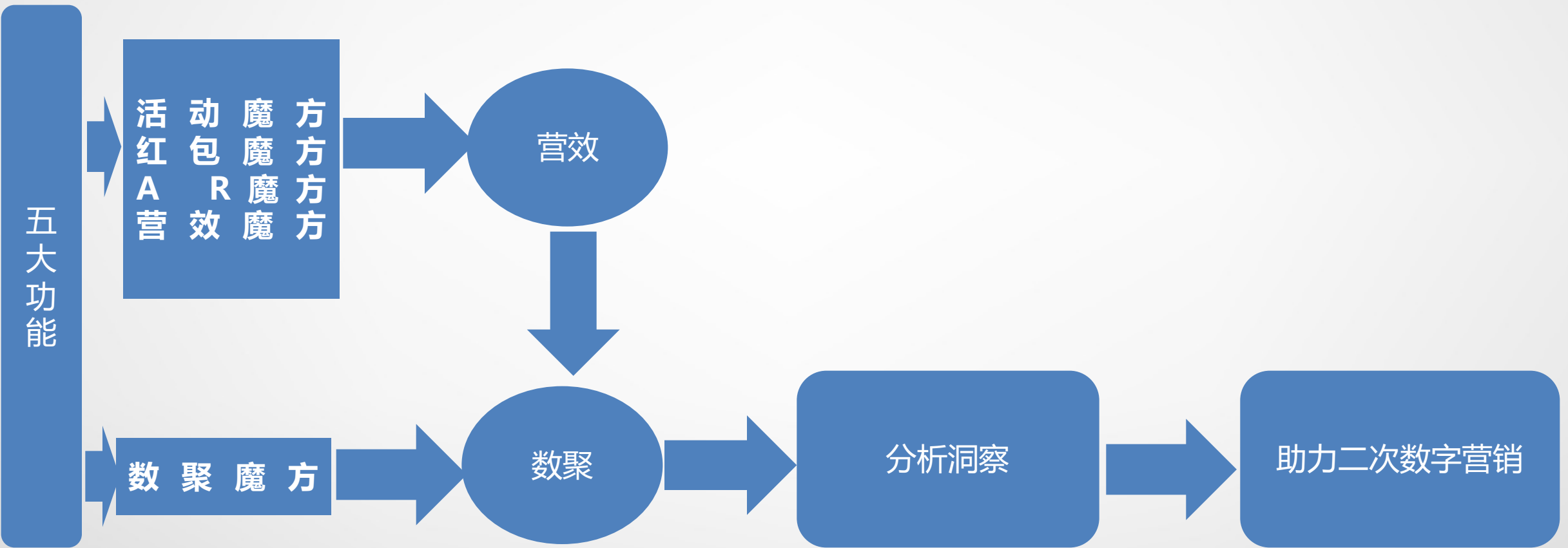


通过数据聚合和管理分析进行数据盘活，助力企业数字营销，然后产生新的数据，来丰富企业的DMP，

让**大数据和营销**形成相互促进的生态闭环。



# iTop使用原理





## 1- iTop活动魔方-活动缔造者

用于快速制作各类型活动H5，如邀请函、签到、重力感应、多屏互动、视频互动、智能语音、人脸识别等；也可以进行活动现场体验管理，积分、体验流程及进度追踪等。



语音控制类



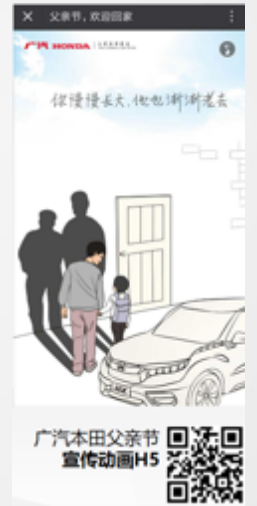
人脸识别



iTOP预约报名



iTOP活动签到 / 体验某环节后扫码积分



### 使用步骤：

进入活动魔方→选择活动类型→配置活动信息（活动名称、内容等）→获得活动链接+二维码→查看活动H5传播数据（渠道来源、曝光率、点击量、停留时间等）

## 2- iTop红包魔方-营销赋能

iTop整合了全国各地各行各业的红包、优惠券、现金券，可为各企业定制开发专属红包福利平台，自动匹配分发红包。



### 使用步骤：

- 1.用户自行选择需要的红包内容，打包成红包组
- 2.自动生成红包组H5链接，广告主可自行使用（可直接传播给用户领取，可嵌入其他H5进行传播）

## 3- iTop AR 魔方-国首创纯WEB端AR技术模式

H5嵌入WEB端AR功能进行互动体验，活动现场用AR功能进行互动体验。相对于传统AR，用户无需下载APP，无需借助主流超级APP支付宝、微信、QQ的AR功能即可体验AR，大大降低推广和使用成本。



### 使用步骤：

用户提交需求资料→系统生成AR访问链接→互动体验

## 4-iTop营效魔方-开启线上线下载效传播

### 线上有DSP矩阵精准营效传播

如人群定向、APP媒体定向、特定人群、LBS地理位置定向、足迹定向、DSP手机号匹配投放等。



### 线下有场景矩阵精准营效传播

涉及340万实时消费场景和4000万高频消费场景，多维度精准锁定目标人群。



### 使用步骤：

广告主填写投放需求表（投放背景、目标人群、投放要求、预算，选择线上或线下场景、标签、地理位置等+广告主联系方式）→制定大数据人群筛选策略和传播策略→制作H5等创意内容→精准投放触达目标群。

## 5- iTop数聚魔方

线上H5等访问数据实时收集（曝光量、点击量、渠道来源、停留时间、留资数据.....），进行多维度分析；  
线下人群数据收集，对收集到的人群进行画像分析（MAC地址收集分析）。



### 使用步骤：

线上数聚：部署活动H5监测代码 → 实时查看线上数据图表

线下数聚：部署WIFI探针 → 自动采集MAC地址 → 人群画像分析



## iTop使用群体

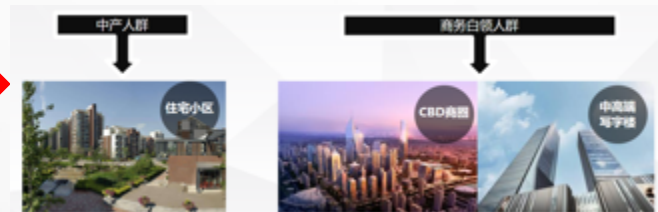
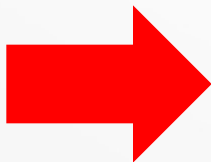
对产品管理、微信管理、微网站管理、活动管理、媒介管理、客户管理和数据分析等方面有需求的各行各业企业，主要以企业总经理、企业市场部的使用为主。

## iTop应用范围

适用于各行业企业进行线上、线下数据采集及传播。通过数据聚合和管理分析进行数据盘活，助力企业数字营销，然后产生新的数据，来丰富企业的DMP，让大数据和营销形成相互促进的生态闭环。

## 线上

可应用于H5开发制作，通过营效魔方传播，收集传播和留资数据



### 留资分析

TOP10推广渠道				TOP10推广车型			
排名	渠道名称	留资数	占比	排名	渠道名称	留资数	占比
1	今日头条	1212	48%	1	本田	1212	48%
2	百度	1212	48%	2	别克	1212	48%
3	腾讯新闻	1212	48%	3	丰田	1212	48%
4	搜狐新闻	1212	48%	4	大众	1212	48%
5	腾讯财经	1212	48%	5	福特	1212	48%
6	汽车之家	1212	48%	6	日产	1212	48%
7	汽车之家	1212	48%	7	本田	1212	48%
8	汽车之家	1212	48%	8	本田	1212	48%
9	汽车之家	1212	48%	9	本田	1212	48%
10	汽车之家	1212	48%	10	本田	1212	48%



线下

一、活动现场互动体验管理



姓名	性别	手机号码	签到时间	参与时长	签到IP
张明	男	13781017	00:00:00	00:00:00	192.168.1.1
李华	女	13804567890	00:00:00	00:00:00	192.168.1.2
王强	男	13912345678	00:00:00	00:00:00	192.168.1.3
赵敏	女	13709876543	00:00:00	00:00:00	192.168.1.4
孙伟	男	13698765432	00:00:00	00:00:00	192.168.1.5
周丽	女	13587654321	00:00:00	00:00:00	192.168.1.6
吴昊	男	13476543210	00:00:00	00:00:00	192.168.1.7
郑雪	女	13365432109	00:00:00	00:00:00	192.168.1.8
陈宇	男	13254321098	00:00:00	00:00:00	192.168.1.9
林娜	女	13143210987	00:00:00	00:00:00	192.168.1.10

二、人群MAC地址数据采集

1、人群画像分析



2、广告投放



广告形式1：APP消息弹窗广告

广告形式2：在线视频媒体  
腾讯、优酷、PPTV、爱奇艺等强势在线视频媒体

广告形式3：APP类  
覆盖高频互动的新闻资讯、旅游、社交、体育、娱乐等类型的APP



开屏广告 banner 全屏广告 插屏广告 图文/视频 弹窗



## 【实例1】广汽讴歌超感体验会的iTop应用

2016年底，广汽Acura超感体验会陆续登场全国五大一线城市，iTop在体验会上至关重要：前期帮助活动集客，活动现场实时跟进顾客体验进程并进行销售转化，并在体验会结束后进行数据管理与分析。

### 活动前期

通过活动魔方定制H5进行活动报名邀约，收集意向客户信息。



姓名	性别	手机号码	参与活动#	注册#	备注
005	男	18800000000	00		
006	女	13701748000	00		
007	男	13810000000	00.01.00		
008	男	13800000000	00.01.01		
009	女	13817470000	00.01.05.03		
010	男	13430047000	00.04		
011	男	13810000000	00.04.05		

### 活动中期

实时监测现场，并实时记录客户体验积分，确保了体验会智能实效落地，并给予消费者舒适愉悦的体验。



### 活动后期

数聚魔方进行筛选和分析活动数据，帮助销售店进行有针对性的销售转化，超额完成KPI。超感体验会收集强意向客户信息5640人次，共计订单达到136台。

姓名	性别	手机号码	参与活动#	注册#	备注
005	男	13755100000	00.01.02.03.04	C级	
006	女	18804550000	00.01.03.05	C级	
007	男	13787200000	00.02.03	B级	
008	男	13788100000	00.04.04	B级	
009	男	13504900000	00.05.05	B级	
010	男	18774880000	00.01.02.03.05.06	B级	
011	男	13873350000	00.01.03.05	C级	
012	男	13367140000	00.01.02.03.05	B级	

## 【实例2】广汽三菱菱云汇渠道拓展项目的iTop应用

菱云汇借助亚冠决赛的契机，通过前期的分析、沟通与实地考察，为菱云汇策划出渠道拓展项目的O2O整体营销传播模式，助力该项目获得了第十二届中国最佳公共关系案例大赛优秀奖。

### 活动前期

应用iTop的活动魔方分别创建和投放传播了“广州未赢够，我们嗨不停”和“猴年闹新春，嗨心惠新年”两个活动，实时收集了大量客户信息进入I-TOP系统。

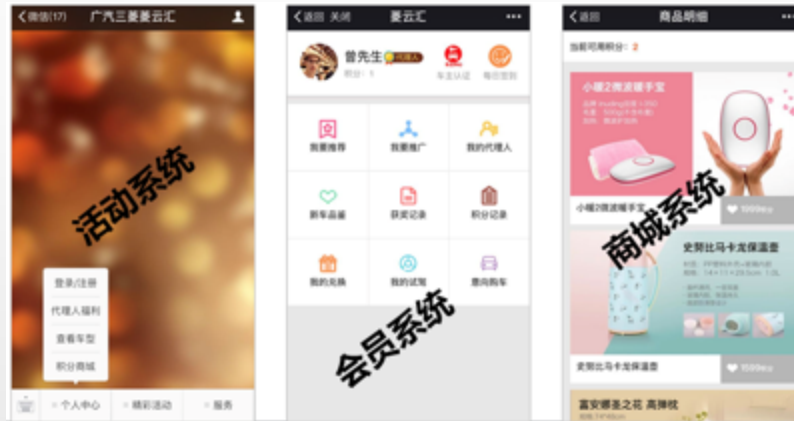
### 活动中期

应用到了iTop的定制化功能：活动系统、会员系统和商城系统，帮助活动进行了大量的活动宣传和集客。

### 活动后期

整理活动效果数据，并最终对该项目进行可视化立体化的效果分析。

序号	姓名	性别	手机号码	联系地址	参与活动	级别	操作
89	代强	先生	13543497000		猴年	C级别	<a href="#">查看详情</a>
90	周伟江	先生	15805901000			E级别	<a href="#">查看详情</a>
91	罗达	先生	13654540005		猴年	C级别	<a href="#">查看详情</a>
92	苏希	先生	15880250000		猴年	E级别	<a href="#">查看详情</a>
93	徐雪	女士	13588010000	广州	猴年	E级别	<a href="#">查看详情</a>
94	周俊	先生	13338000000	广州		E级别	<a href="#">查看详情</a>
95	李	先生	15874100000		猴年	E级别	<a href="#">查看详情</a>
96	小	先生	18033730000		猴年	C级别	<a href="#">查看详情</a>



## 【实例3】2017广汽三菱2047上海国际车展项目的iTop应用

本项目运用了数聚魔方线下人群数据收集，营效魔方线上DSP矩阵精准传播功能。



活动现场采集车展展馆现场所有人群的MAC地址数据，并进行移动端的DSP广告投放

投放8天，广告共展现了**1162098**次，共点击了**21188**次，设备搜集数据（7天）共**742885**个，总体点击率为**1.82%**，根据广告投放的行业平均值，这个效果属于**上等水平**。