

# “触动”你的商机 ——猎豹大数据助力大众点评燃爆用户

- ◆ 所属行业：网服
- ◆ 执行时间：2017.08.17-08.27
- ◆ 执行范围：全国
- ◆ 参选类别：大数据营销类

## 移动的当下，用户在转变



# 开拓蓝海 安卓端用户必备工具APP 猎豹移动多元化工具矩阵

安卓端用户的必要工具APP 多元化全布局 高频触达用户强化营销入口



猎豹安全大师



金山电池医生



猎豹清理大师



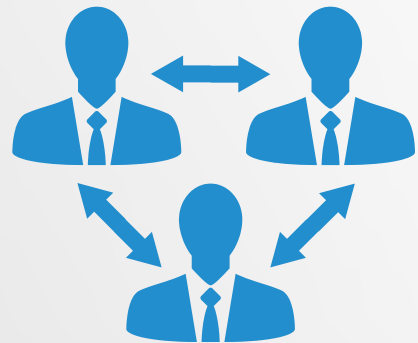
猎豹浏览器



猎豹锁屏大师

# 猎豹移动大数据精准、有效触达目标人群

## 投放中



广告主

投放前  
cheetah data  
App大数据分析平台

  
ad platform  
DSP

投放后  
广告分析  
效果分析



目标用户

## 核心思路转变：

与其寻找冰冷的流量，不如给有温度的用户一场热力似火的火爆推广

### 三重热度锻造火力推广营销



**Part1**

**温度**

寻找有温度的用户  
加强用户对大众点评的品  
牌认识



**Part2**

**热度**

依照他们的兴趣给他们有热度的推广  
分析TA人群习惯、兴趣，给予度身定制  
的精准推送，加强用户粘性

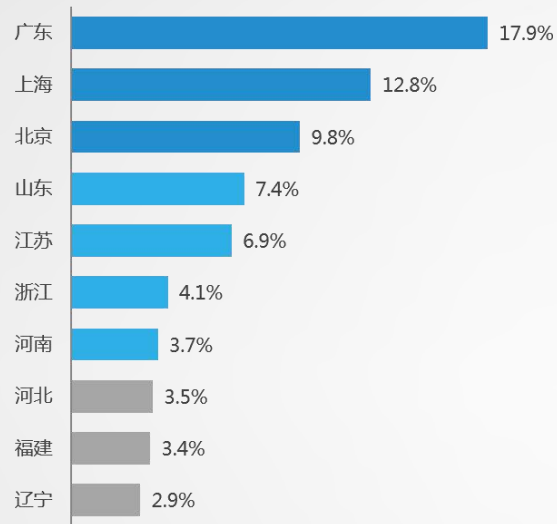


**Part3**

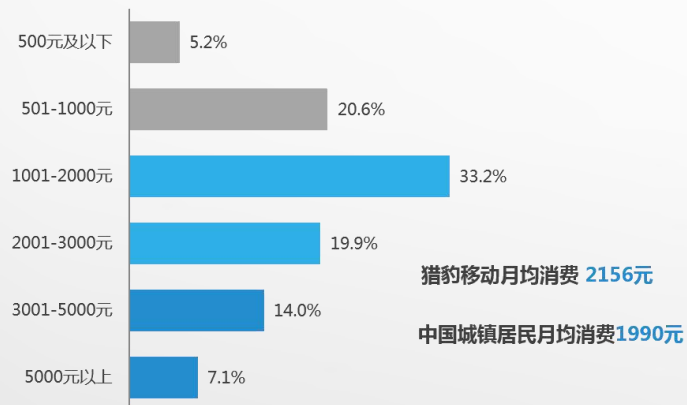
**燃爆点**

触动用户燃爆全网  
通过优惠活动，吸引新用户

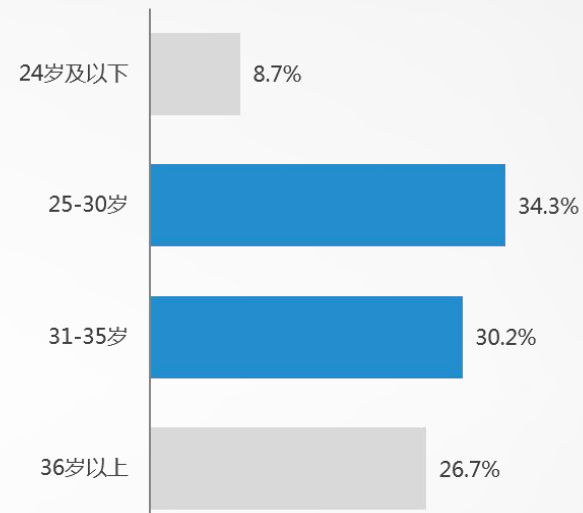
用户地区分布Top10



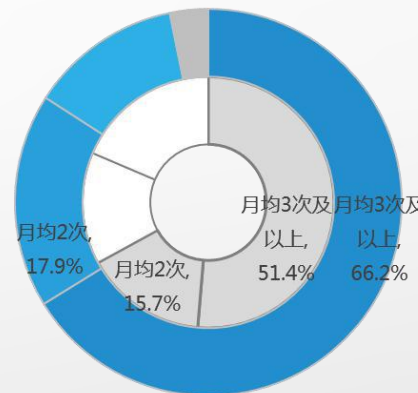
2016年猎豹移动用户个人月均日常消费额



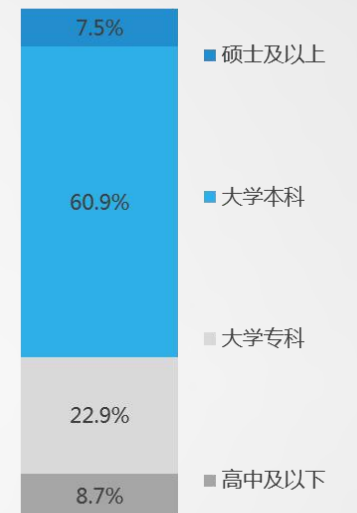
用户年龄分布



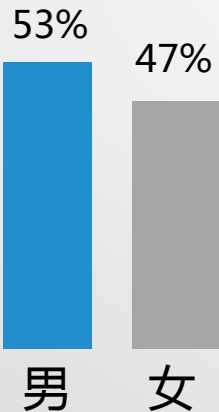
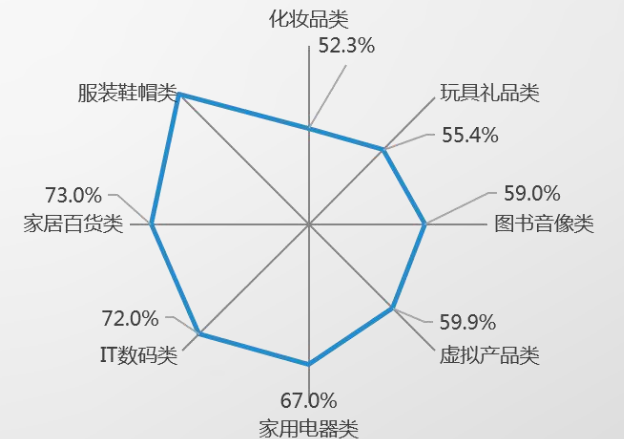
2016年猎豹移动用户/整体网民月均网购频次对比

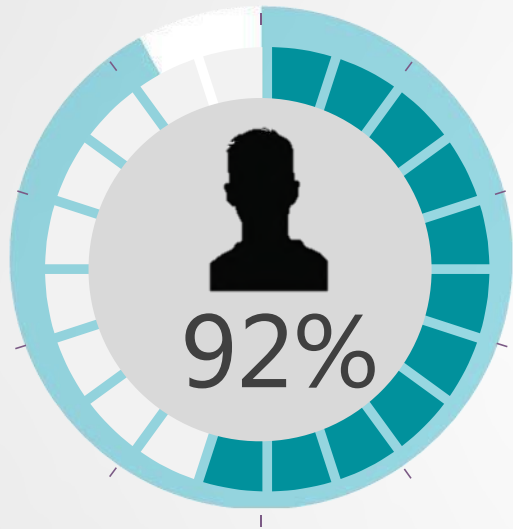


用户学历分布



2016年猎豹移动用户网络购物类别分布





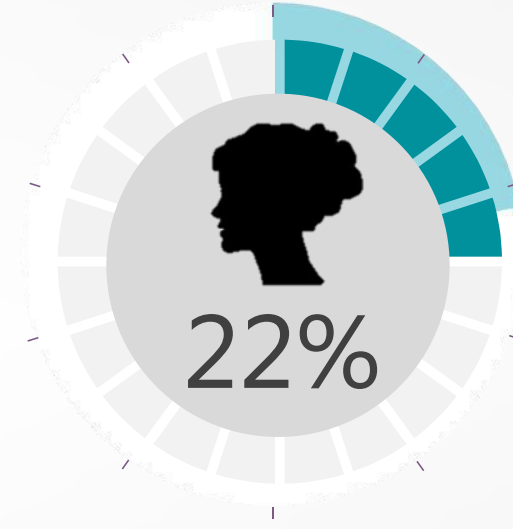
主流人群

客户数占比92%，主要为20-40岁职场入门白领及中层职员，普通职员，工程师，程序员，个体业主。



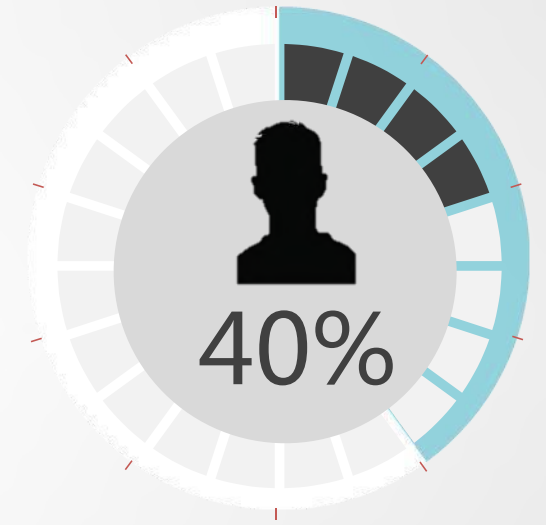
90后职场入门\普通白领

用户数占比30%，主要为22岁-28岁职场白领；有明确的职场奋斗目标，热爱社交，追求更高生活品质的年轻人群。



80后白领精英\中层骨干

用户数占比22%，主要为29-40岁已婚有车有房有孩人群，职业为白领精英，企业中高层管理人员，自由职业者，个体业主，偏好便捷的生活方式，能够将更多时间专注于工作。

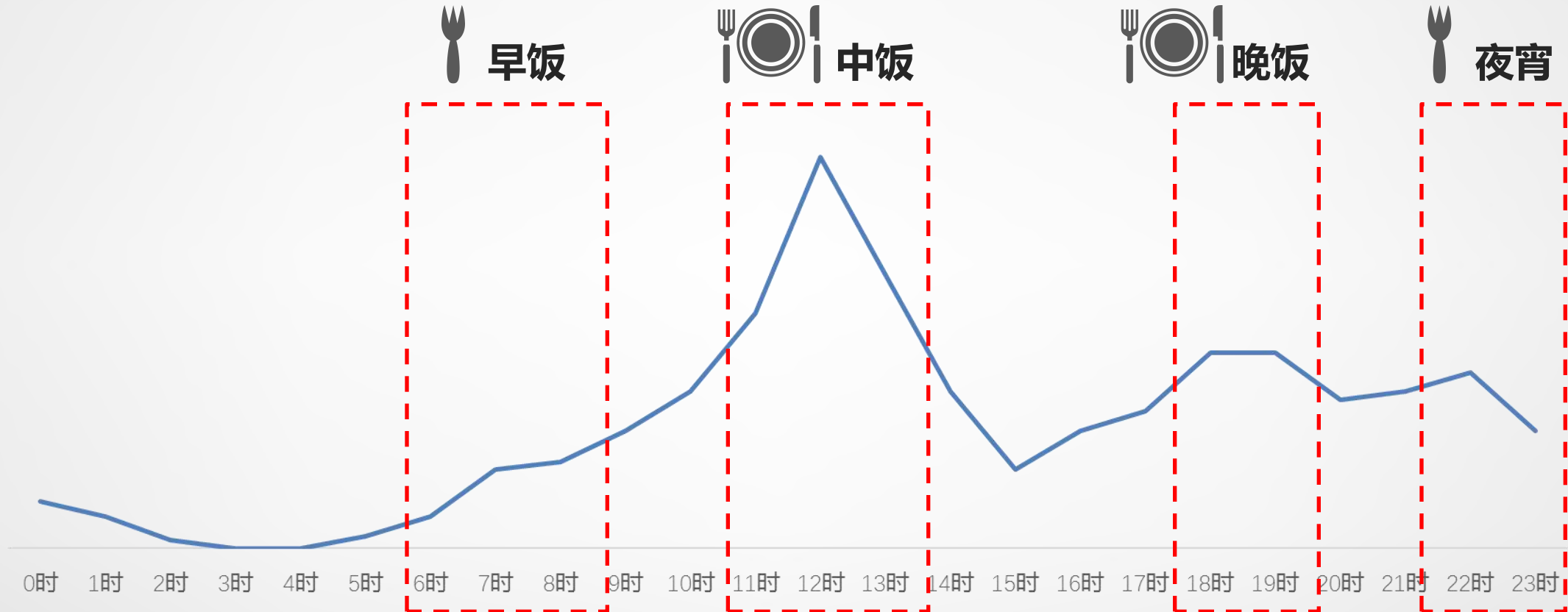


商务男士人群

客户数占比40%，25-40岁为主；主要为企业职员、程序员、中高层管理人员及个体业主；偏好高效生活，对自己有明确的更高要求。



## Part2 猎豹移动用户 生活服务类APP的使用时段



数据显示：

1. 早间6时起，生活服务类APP点开数逐步上升，至12时达到最高峰；
2. 生活服务类APP点击习惯不再局限于三餐，白天8点到晚上21点都会有使用小高峰，夜宵时段生服务类APP也很活跃；
3. 夜间23时至凌晨5时，生活服务类APP点开数逐步下降，2时后基本不再运行。



# 90后职场入门\普通白领人群洞察 Part2

22-28岁  
职场入门  
普通白领

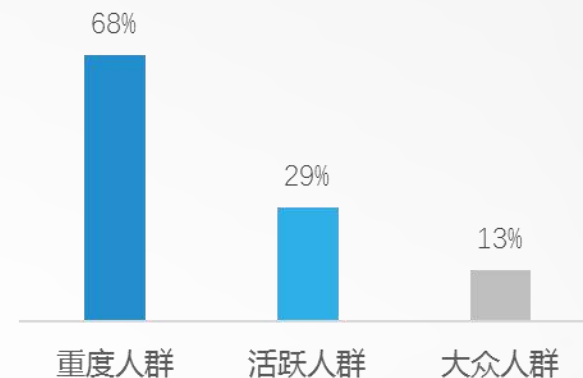
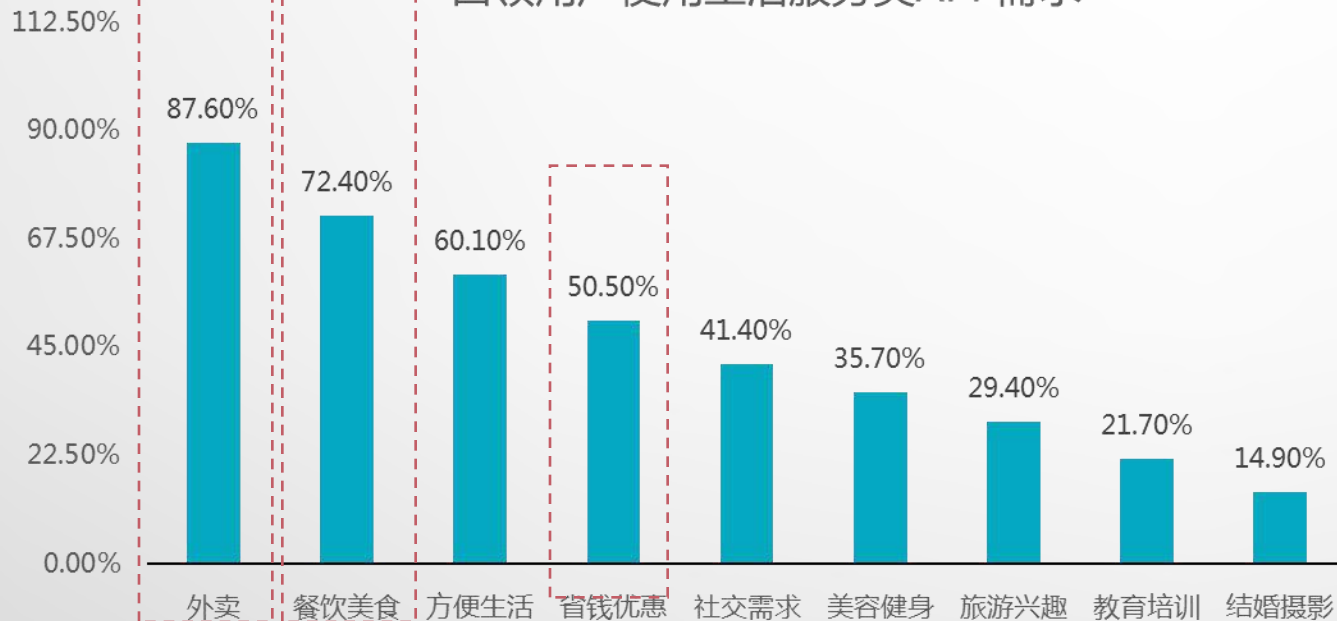
独立自信

爱健身

乐社交

平均每周点开生活服务类APP次数：13次+

白领用户使用生活服务类APP需求



有独立的人格和自我认知  
有对生活和感情的要求和标准  
高效高产是她们对自己的标准，她们需要在最短的时间内解决午饭，她们忙于加班，但她们最大化利用自己的线下时光，爱好逛街、时尚休闲、网红等新鲜事物  
沟通策略：三餐定时推送广告+兴趣精准投放

# 80后白领精英\中层骨干人群洞察 Part2



29-40岁  
白领精英\中层

重养生

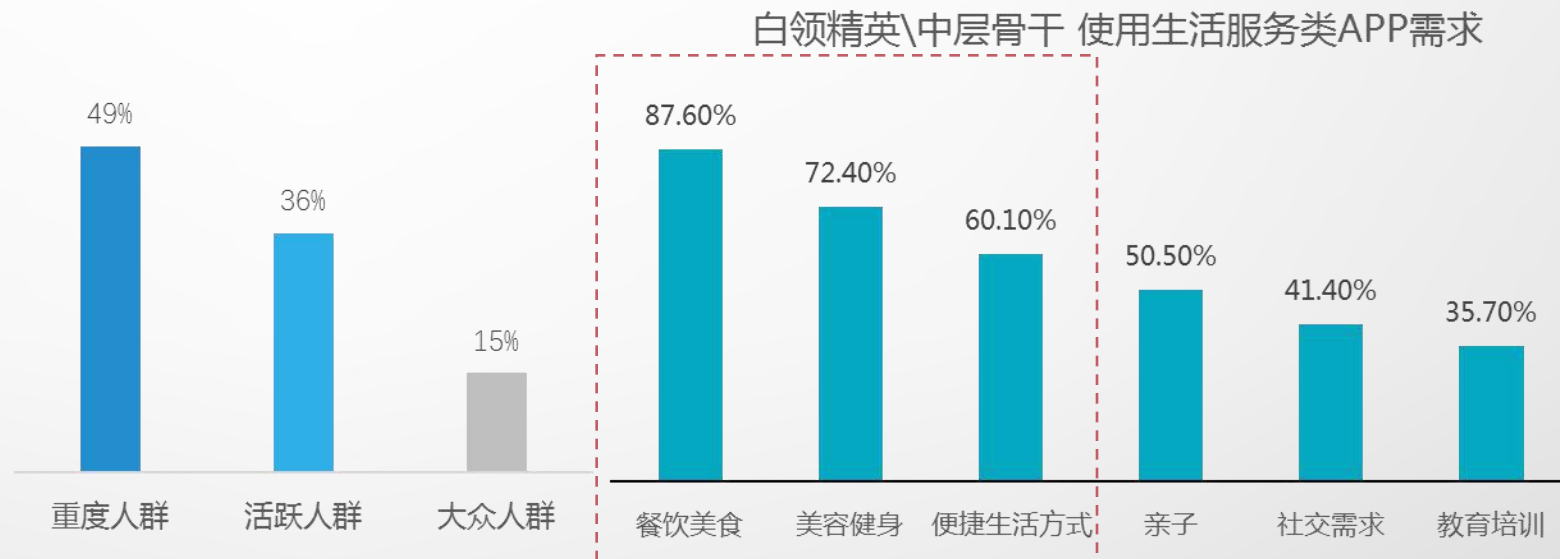
危机感

重交流

平均每周点开生活服务类APP次数：8次+

追求品牌，享受高等级特权及高品质服务带来的安全感及成就感。人至中年，金钱渐宽裕，而如何在职场竞争中，即保有工作经验的优越，又能和年轻人拼体力与容貌是她们更为追求的人生理想状态。同时她们也更顾及家庭，事业+生活双丰收是她们的理想境界。

**沟通策略：根据优选生活+生活便利的兴趣精准推送**



# 商务男士人群洞察 Part2

25-40岁  
商务男士

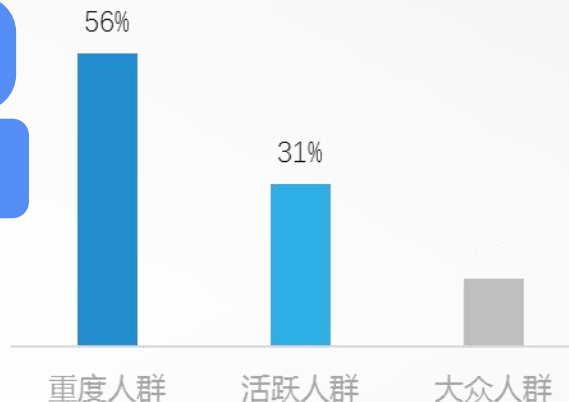
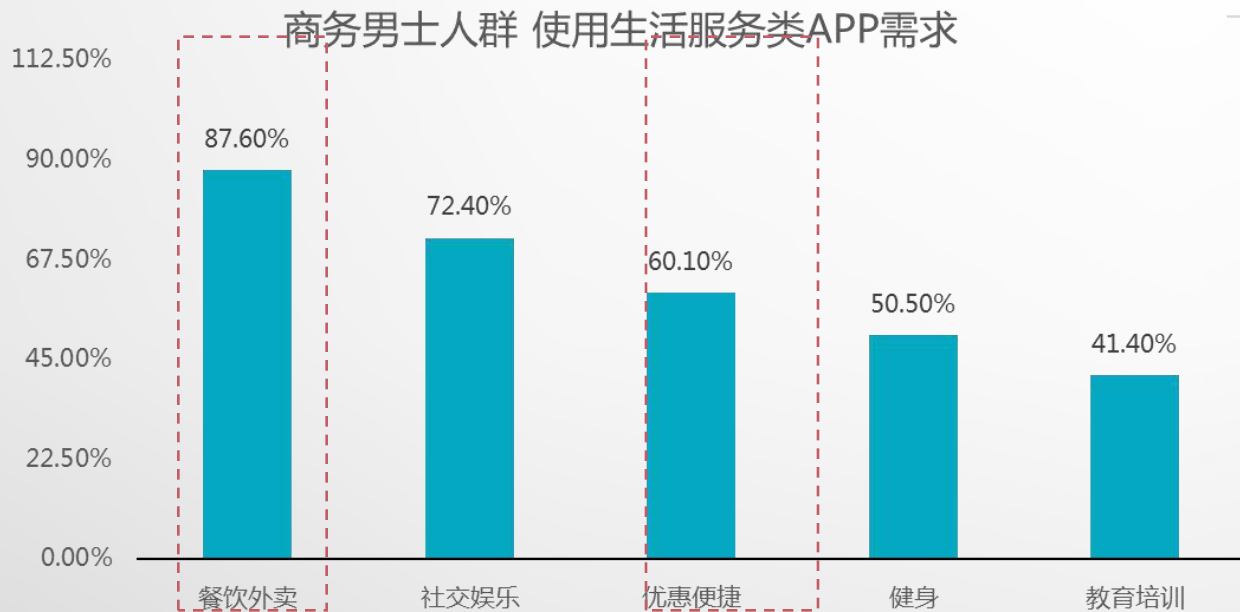
高效率

注重生活

高品质

平均每周点开生活服务类APP次数：11次+

25-40岁男性人群兴趣点分布



具有一定成就的专业人士时刻注意高效高品质生活。他们乐于交流，更积极把控前沿信息咨询，工作之中，他们全情投入，需要更多的时间和精力处理工作。但业余生活，健身是他们对自己更高要求的展示。

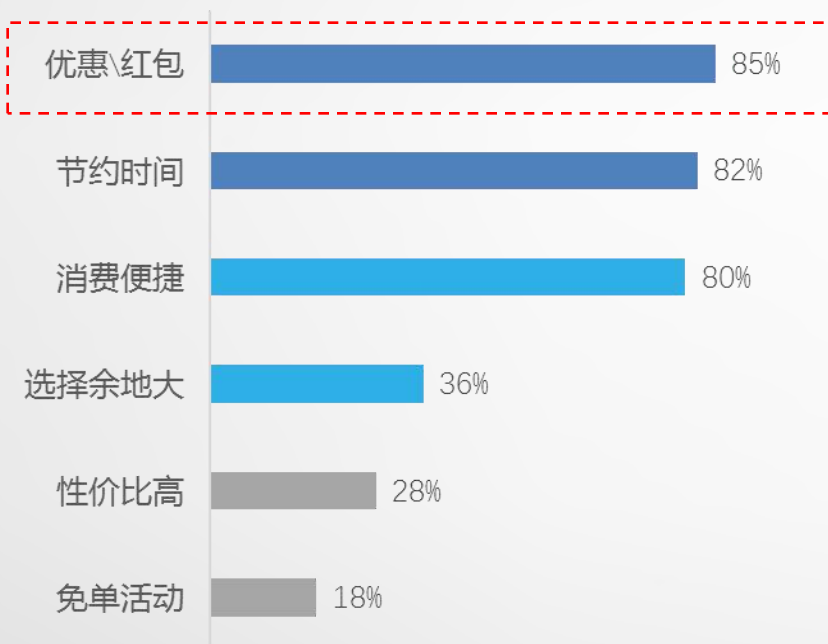
**沟通策略：精选生活的兴趣推送+三餐定时推送**

## 目标用户触媒布局 Part2

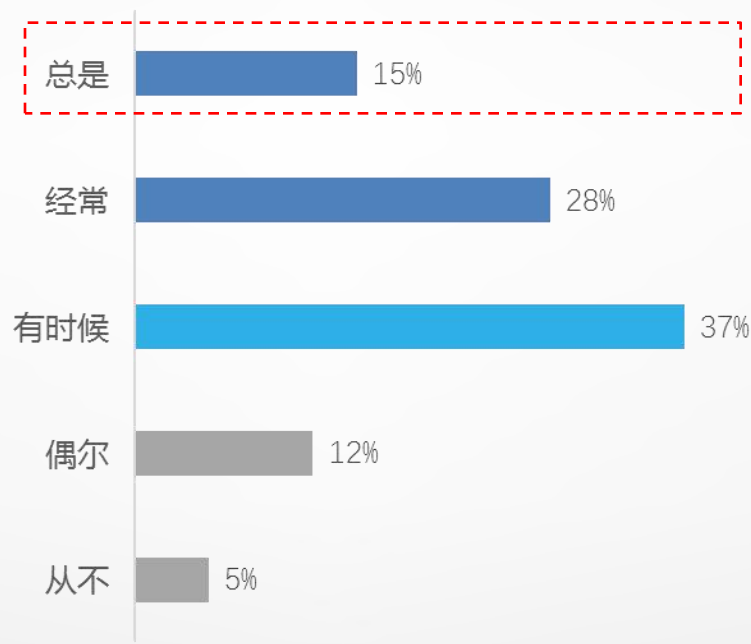
时间	媒体	年轻富裕人群	中年富裕人群	高端富裕人群
6:00-9:00	猎豹清理大师			
	安全大师			
	猎豹浏览器	●	●	●
9:00-12:00	猎豹清理大师	●	●	●
	安全大师	●	●	●
	猎豹浏览器	●	●	●
13:00-15:00	猎豹清理大师	●	●	●
	安全大师			
	猎豹浏览器	●		●
16:00-18:00	猎豹清理大师	●	●	
	安全大师			
	猎豹浏览器	●	●	●
19:00-21:00	猎豹清理大师	●	●	●
	安全大师			
	猎豹浏览器			
22:00-1:00	猎豹清理大师	●		●
	安全大师			
	猎豹浏览器	●	●	●

## Part2 TA最爱优惠券

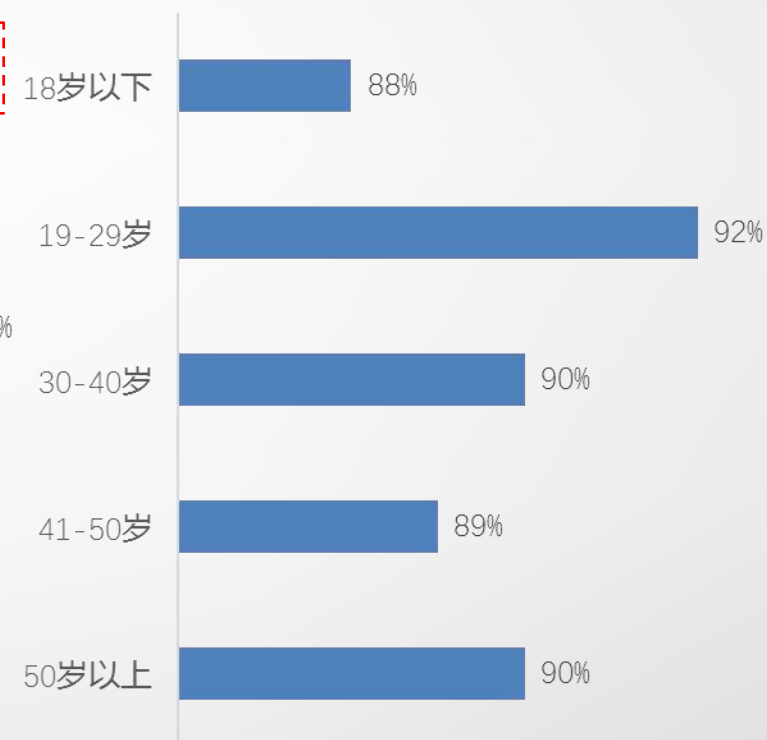
影响消费者使用生活服务类APP的主要因素



消费者使用生活服务类APP优惠券的频次

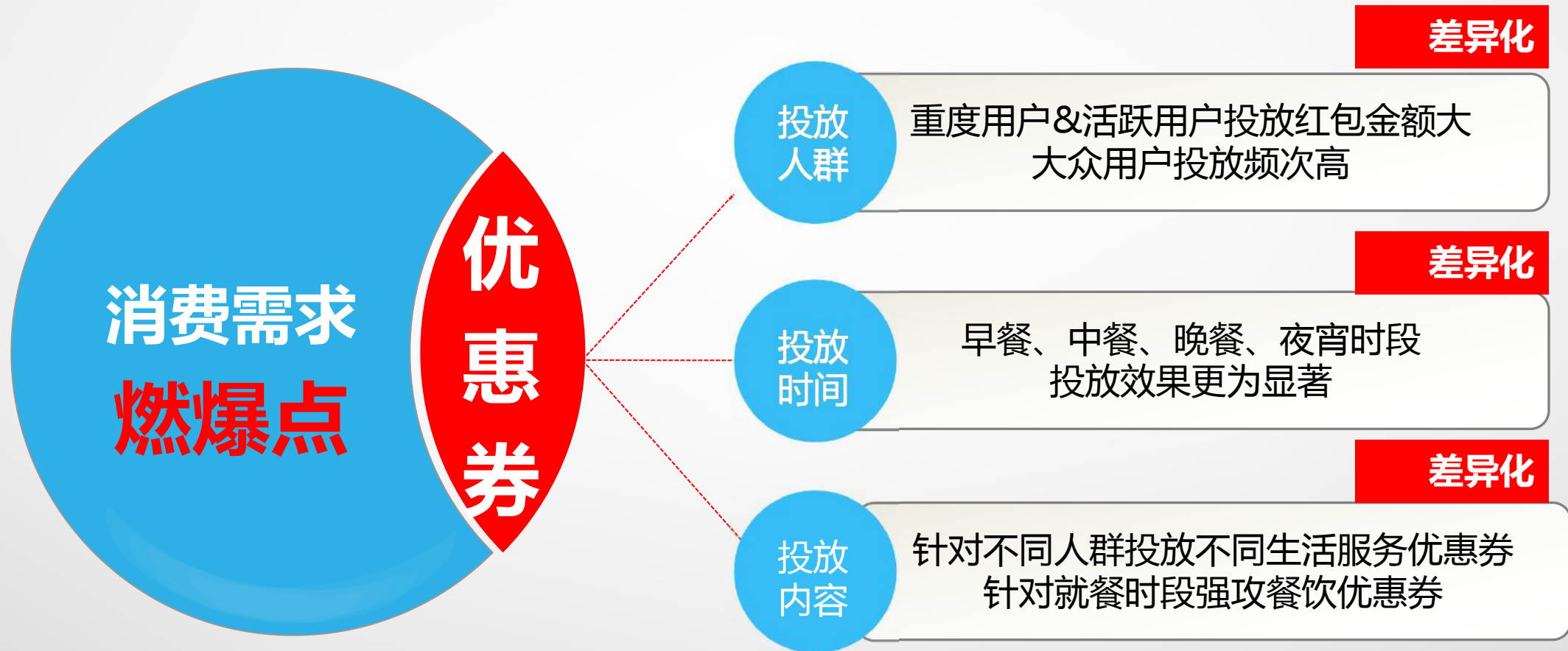


长期优惠券影响消费者固定使用某APP的决策占比



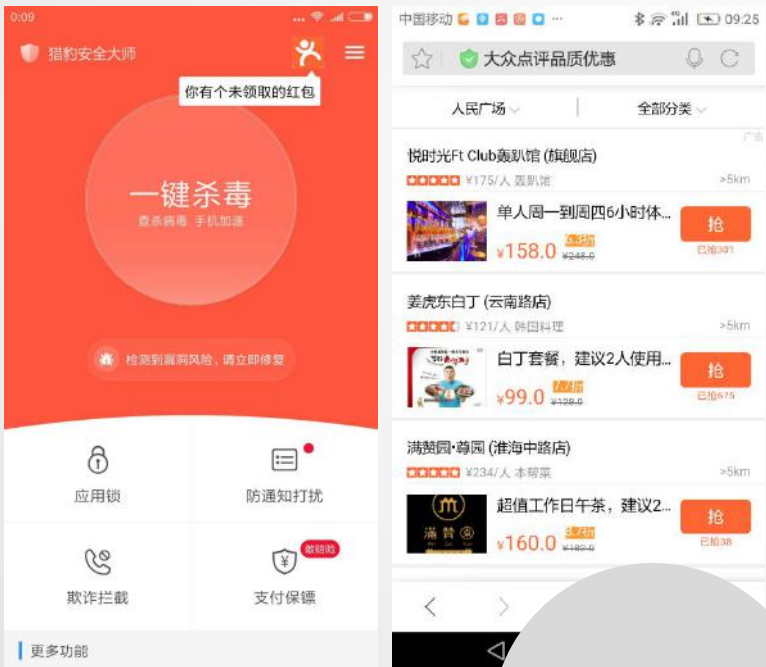
## Part3 如何杀到目标人群的触动点？

一样的优惠券，不一样的**度身定制差异化**！



## Part3 创意执行：投放人群差异化广告内容

### 90后职场入门\普通白领人群



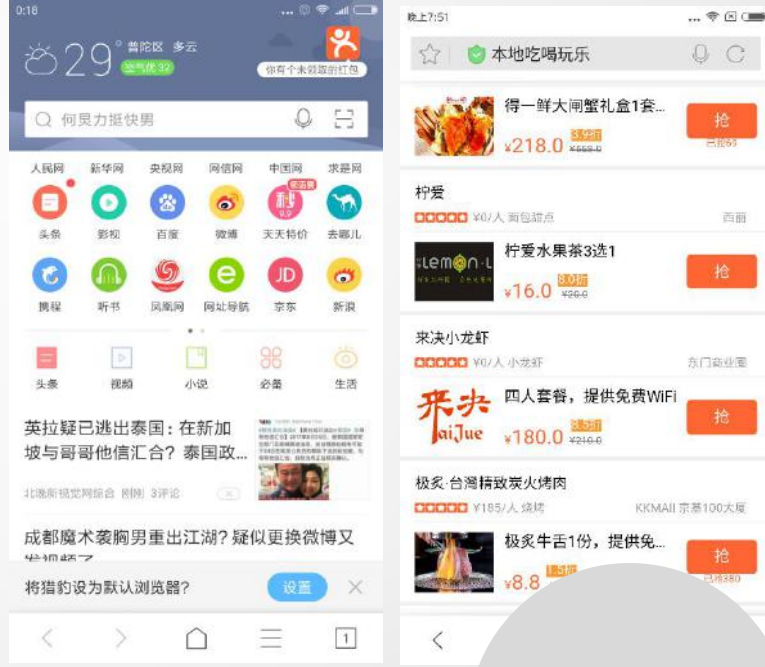
轰趴\工作日午茶  
休闲娱乐

### 80后白领精英\中层骨干人群



百老汇  
优雅娱乐场所

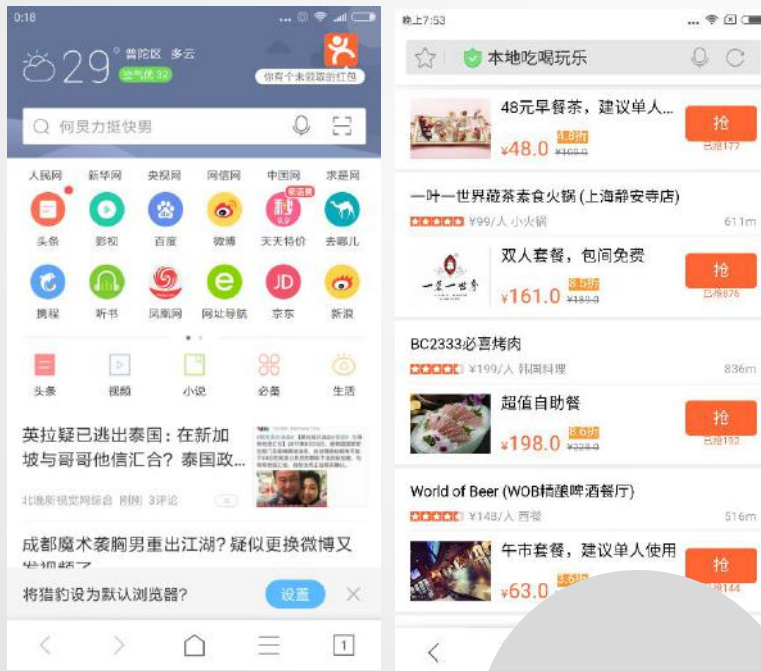
### 商务男士



大闸蟹\炭烤牛舌  
高品质佳肴

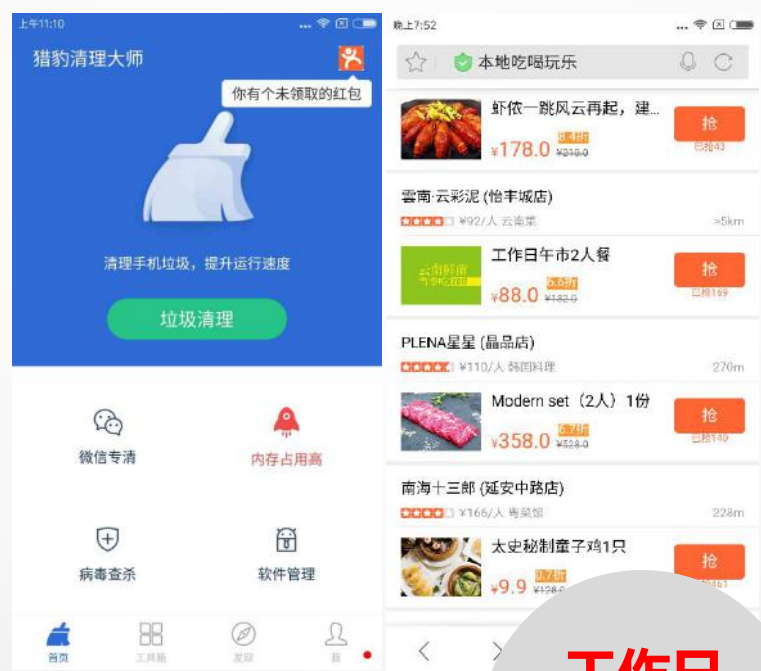
## Part3 创意执行：投放人群差异化广告内容

### 早餐



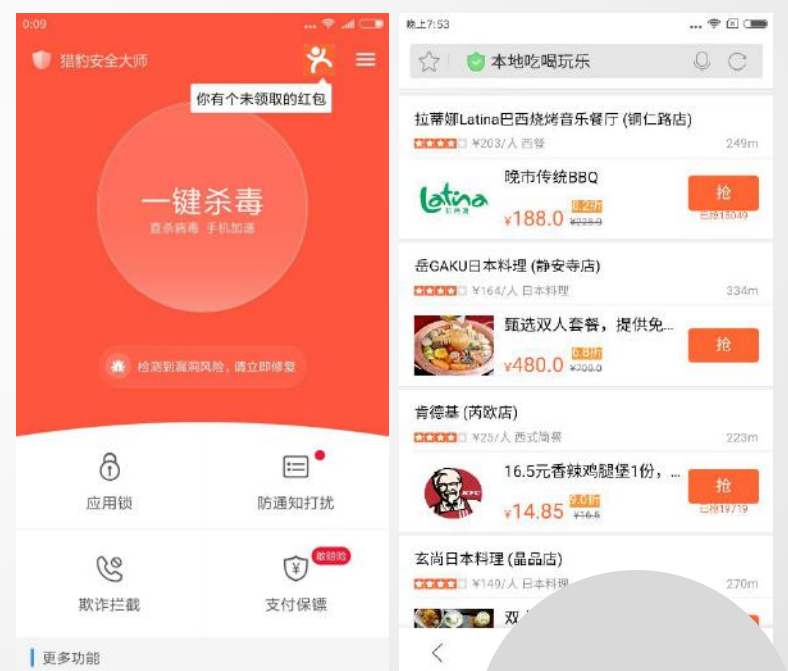
**48元早餐茶  
性价比高**

### 中餐



**工作日  
午市2人餐  
高效生活**

### 晚餐



**晚市传统BBQ  
优选生活**



## Part3 战绩

总PV

22,272,413

总CTR

3.82%

大众点评  
从猎豹移动跳转的总UV

765,000+

### 客户反馈：

这是大众点评推出的移动工具端大数据精准投放的成功推广营销。开拓安卓端蓝海市场的同时，精准锁定优质的安卓移动用户，按兴趣+时间的精准推送方式，实现移动广告高效转化。用户的每一次参与，都归结于精准的兴趣投放和促销形式的吸引。使得猎豹移动优质的用户能够疏导给大众点评真是有效的UV。