

AI助力京东618嗨GO不停

- ◆ 广告主：京东
- ◆ 所属行业：电商
- ◆ 执行时间：2017.06.01-06.20
- ◆ 参选类别：效果类

品牌及产品背景

作为中国自营电商的龙头--京东提供家电、3C、日化、服装鞋品、母婴等全品类的高品质商品和服务。“京东618”作为京东推出的全民年中购物节活动，近年来持续保持良好的增长态势，京东也由渠道商转变成为了中国零售商品的供应商。伴随着角色转变，京东的品牌策略也在发生变化，除了对销售效果的要求，更加注重品牌形象的塑造，不断加快品牌升级步伐。

行业发展背景：移动化+精准营销+行业趋势

移动化：近几年随着移动互联网的快速成长，移动端购买已经成为近半数网民的首选，电商巨头为抢占移动互联网入口纷纷向移动端靠拢，移动端成为大势所趋。

精准营销：京东选择讯飞AI营销平台，基于其多年累积的庞大数据库资源和强大的数据分析能力，进行精准投放，除了品牌层面的传播，更加大了精准传播力度。京东希望借助于讯飞AI营销平台，进一步实现精准营销，最终实现品效合一。

行业趋势：618源于京东的店庆日，随着网络零售电商促销的常态化，天猫、苏宁易购、国美等主流电商平台也都参与进来，618逐渐从促销日演变成全民狂欢的年中购物节。


营销困境及挑战

营销困境：旺季突围+竞品大促

每年6月的电商旺季，都是各大电商平台必争的流量高峰期，京东如何突破竞品大促市场壁垒，实现旺季突围，占领年中购物节的销量高地，成为首要解决的一大难题。

营销挑战：用户疲态+价值转化

电商节如今作为行之有效的营销模式，越来越呈现泛滥之势，用户疲态明显。从长远角度来看，如何构建高曝光、高转化、高价值的广告生态链才是移动电商的出路。



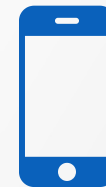
京东在2017年6月推出“京东618”全民年中购物节，京东通过讯飞AI营销平台进行精准化广告投放——通过海量大数据，精准锁定、触及目标用户；通过自有产品“讯飞输入法”的媒体资源，在移动互联网领域里提高产品曝光，进一步提升品牌影响力和产品知名度，促进销售。



覆盖地域：
全国



投放时间：
2017年6月1日-2017年
6月20日



投放方式：
讯飞输入法独家定制广告投放

不同于传统互联网媒体买定广告位等待受众点击广告，讯飞AI营销平台通过精准定向目标受众，“主动出击”沟通目标受众，不仅最大程度提升目标受众覆盖比例，且能保证优质流量和更好点击表现。

(1) 用户分析

广撒网人群：通过散投的广告投放模式，提高曝光量。

历史用户人群：针对“3个月内启动京东APP人群”，加大投放力度。

竞品人群：针对“3个月内启动除京东外其他电商APP人群”，优化投放策略。

兴趣明确人群：针对“一个月内启动新闻APP人群”、“一个月内启动金融APP人群”、“一个月内启动旅行APP人群”、“一个月内启动娱乐APP人群”，进行潜在用户挖掘。

(2) 媒体选择

基于大数据深入挖掘用户行为的定向投放技术，进行用户画像和品牌洞察，同时借助于讯飞输入法5亿用户量，1.1亿月活量的媒体资源优势，为广告投放增加了海量附加值，为商家引流的同时进一步提升了转化率。

第三方平台互联网周刊，发布2016年APP排行榜，讯飞输入法仅次于搜狗，是目前**国内第二大手机平台输入法**。

讯飞输入法 5亿用户，1.1亿月活

互联网周刊

2016 年度输入法 APP

排名	APP 名称
1	搜狗输入法
2	讯飞输入法手机版
3	百度手机输入法
4	谷歌拼音输入法
5	QQ 输入法
6	触宝输入法
7	GO 输入法
8	章鱼输入法
9	手心输入法
10	国笔输入法

2016 年度浏览器 APP

排名	APP 名称
1	QQ 浏览器
2	UC 浏览器



李开复：今天讯飞的“语点”发布后，下面这个旧微博提到的四个问题，2、4由讯飞解决了。

@李开复：最近很多“中国Siri”、“安卓Siri”创业计划。我的回馈：1) 智能手机主界面是手触，语音助手解决了什么真正用户需求和痛处？2) 如何克服后台海量数据学习技术门槛？全球只有一个公司有这个技术。3) 应用谁开发？自己开难扩张，用别人的应用整合不佳影响体验，4) 语音服务器和带宽成本较大，如何克服？



雷军：我用过讯飞语音输入，做得相当不错！



罗永浩：邪门儿，text to speech 的英文朗读表现上，讯飞的效果也是全面胜过苹果 OS X 的内建TTS 功能，讯飞确实很牛逼。

覆盖品牌、产品、销售三大层面进行推广：品牌层面，深化京东品牌“低价购品质”理念，从“多快好省”到“品质生活”，让京东618更具差异化；产品层面，围绕“低价购品质”开启包括3C、家电、消费品、服饰家居、生鲜五大促销专场活动，传递产品功能卖点；销售层面通过打出全场5折封顶、亿元优惠券、双喜临门6月三种玩法，拉新促活。

独家资源-开屏广告

首先，采用最有广告价值的开屏广告形式，抢占应用开启的“黄金5秒”。京东618期间，讯飞输入法开屏位置开始京东各类别的广告投放，在App启动时抓住用户第一眼，聚焦注意力。在不影响用户体验的同时，也覆盖到更多的独立用户。

独家资源-定制化关键词广告

针对此次京东618，讯飞输入法为京东独家定制了关键词广告，当用户在输入页面，输入各品类商品关键词的时候，就会浮现京东相关产品的购买入口，大大提升了潜在用户的引流转化。



开屏广告



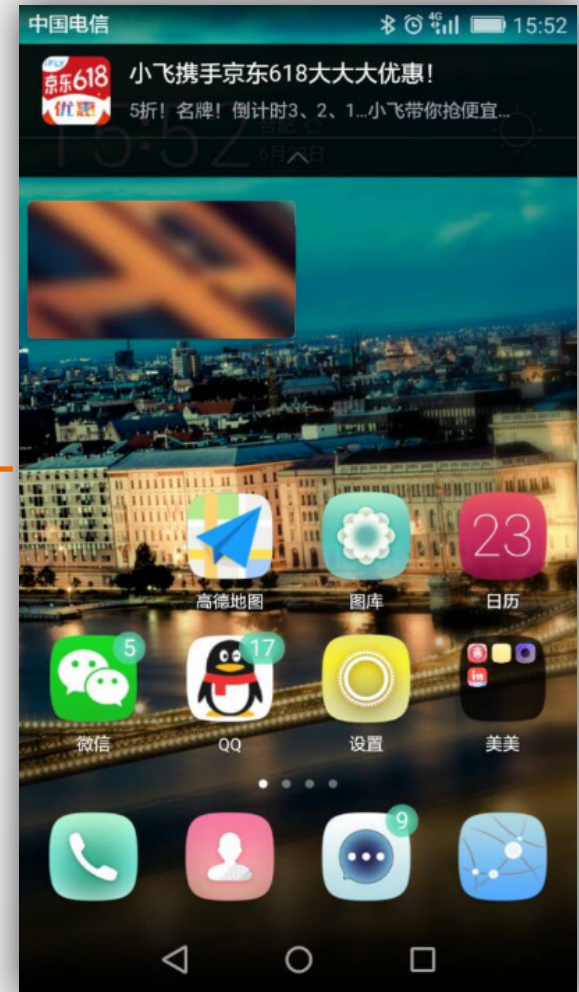
关键词广告

独家资源-定制化通知栏广告

在讯飞输入法的通知栏的位置，针对不同的使用人群，推出匹配的京东618商品优惠通知广告，产品曝光量再次得到显著提升。

独家资源-定制化悬浮窗广告

此外，讯飞输入法首次为京东618定制了独家的悬浮窗广告，通过消息推送的形式，将广告内容直接展示在用户手机的通知栏中，无延迟的触达目标人群。用户点击后即可直达京东购买页，购买率得到有效提升。同时，利用大数据精准筛选出目标受众，严格控制单用户推送频次，将用户体验的影响降到最低。



优化过程

首轮投放中，基于讯飞AI营销平台，尽可能多的获取京东的人群基础数据，采取全时段投放方式，从三组不同来源（APP应用偏好、目标人群兴趣偏好（属性、个人关注和购买倾向）、竞品人群）的人群标签中，结合京东618产品特点，选择“3个月内启动京东APP人群”、“3个月内启动除京东外其他电商APP人群”、“一个月内启动新闻APP人群”、“一个月内启动金融APP人群”、“一个月内启动旅行APP人群”、“一个月内启动娱乐APP人群”等受众人群，有针对性地将广告展示给相关性高的潜在用户，目的在于海量的曝光，构建更精准的人群画像。同时，采用人群优化、频次控制、时段优化、素材优化、黑白名单五大实时优化手段，对投放效果进行持续深入的优化。

二次精准投放的优化过程中，根据不同属性人群标签的转化表现数据分析，采用实时智能优化+人工统筹优化等方式，优化投放策略，筛选出最有价值投放人群，加大投放力度，进一步提升ROI转化率。

运营保障

凭借讯飞AI营销平台运营、技术团队丰富的实操经验，在618黄金七日全天20小时值班保障，及时根据流量变化调整带宽，协助客户解决性能问题，确保系统的稳定性。同时，专属的运营团队随时响应并解决客户的每一个问题需求，成功将客户需求完美落地。

智能助理小咚独家技术支持

除了在广告投放领域的深度合作，科大讯飞还为京东APP的智能助理小咚提供独家的语音技术支持（**日均服务量超过100万人次**）。

为京东自助物流查询、商品挑选、互动游戏的提供智能化服务，极大提升了服务效率，节省客服人力，有效提高了用户的体验。



(1) 投放数据，用户参与情况

京东618活动期间，单日最高点击量高达**700万+**，标签定投的ROI转化提升**230%**，电商单品销量得到显著提升。

京东通过与讯飞AI营销平台的深度合作，通过移动端和目标群体对话，向广大用户有效传播了“品质生活”的品牌理念，通过本次营销活动，进一步提升了京东618的品牌知名度和美誉度。

(2) 京东客户评价

借助讯飞AI营销平台的大数据技术和独家媒体资源优势，在京东618活动期间精准触及目标人群，实现了惊人曝光量及销售量，取得了非常好的营销效果。此外，在整体投放过程中也让我们对多元化的广告形式有了更深的理解，不仅增加了用户与品牌的联系，也提高了用户对产品的好感度。