

SmartData 营销云



- ◆ **所属类型**：系统
- ◆ **开发时间**：2017年
- ◆ **参选类别**：年度最佳移动营销服务系统



1

传播过程不明晰

内容传播过程全程不知，无法客观判定资源传播效果

2

传播积极性低

用户传播积极性不高，KOL效果经常差强人意

3

用户参与度不高

活动策划精心，但是用户参热情始终不高

4

企业内部资源管理

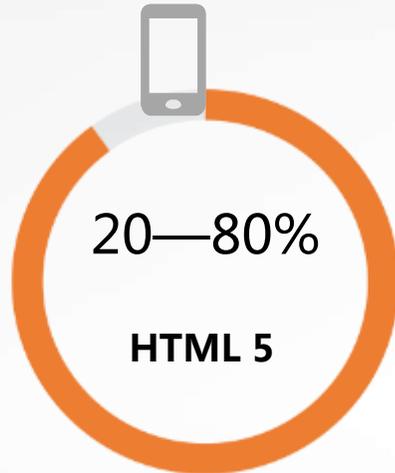
企业内部资源难以统一管理，营销效果不可控



打开率

提高传播内容打开率

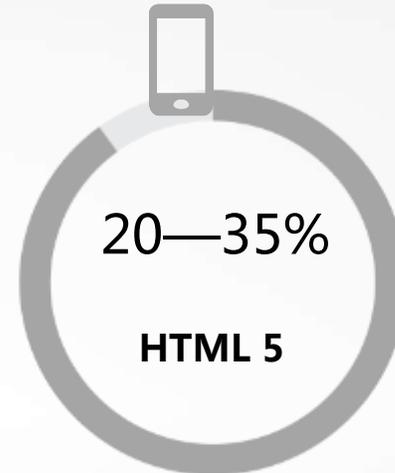
通过传播文案创意部分，有效提高传播内容的打开率。



传播率

提升传播积极性

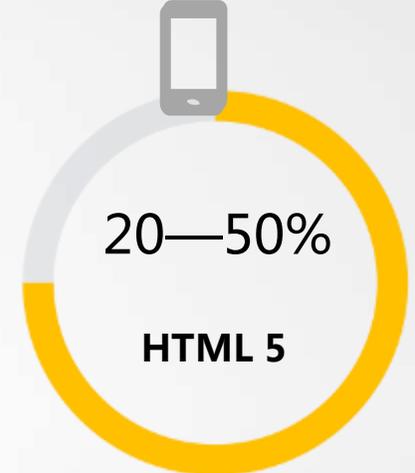
通过对传播者，参与者的在线有效推广的时时奖励，促成更多层级传播



参与度

有效提升用户参与

通过各个推广模块与传播内容的紧密结合，能非常有效提升用户参与度。



内部资源优化

内部资源持续优化

对公司内部供公众号以及员工社交资源进行持续优化管理，实现内部资源效益最大化。

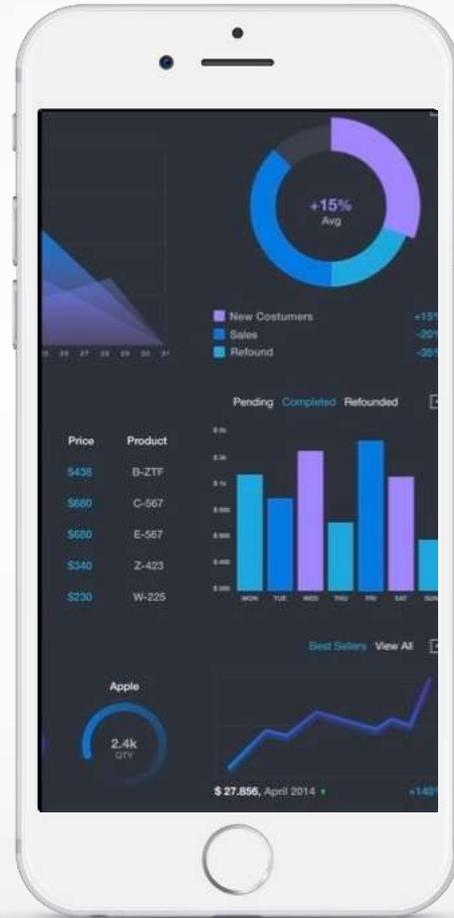
传播路径可视化模块 +

信息传播实现实时可视化
可提供多维度技术数据
对传播效果进行评判



传播文案创意模块 +

传播文案可实现、多维度、多内容
在线配置，并且实现效果可跟踪
可调整



+ 传播增进模块

可实现多维度的传播增进
并且可根据实际效果，在活动中不断进行调整



+ 企业内部资源优化模块

可实现对企业内部各类社交账号的统一管理，做到企业内部新媒体资源最大化。
可实现对员工传播内容的管理，并可专门针对特定的员工群体（例如：保险代理人，BA）进行内容定向以及在线传播激励

传播全程可视化，清晰绘制传播脉络；

通过识别用户的喜好、行为，人工智能控制社交传播节奏，开展病毒式营销。



传播路径实时监测

MAX COMMUNICATION 统计数据 推广维护 2017农夫山泉活动 MAX Communication

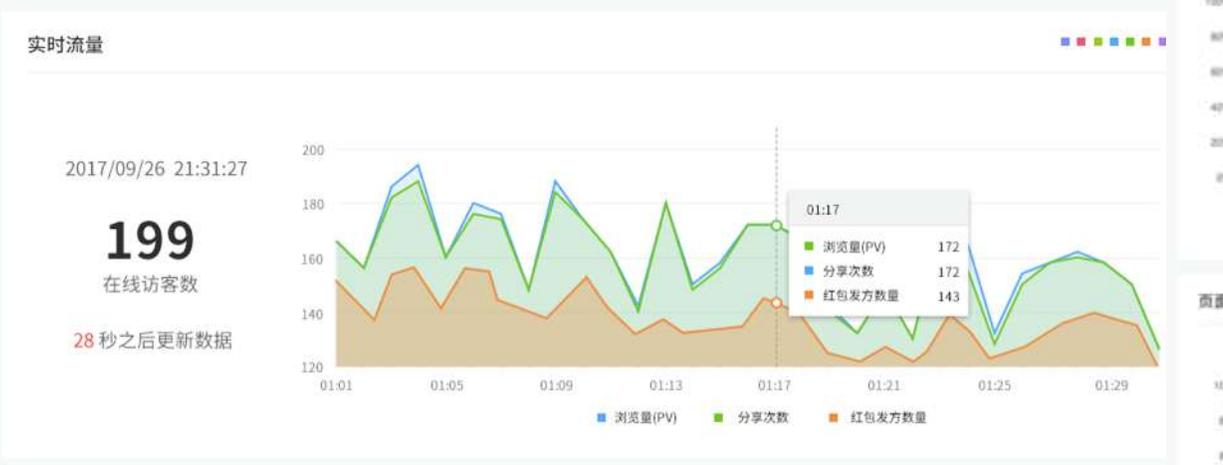
- SmartData 营销云
- 整体概况
- 传播图
- KOL列表
- 传播层级
- 阅读来源
- 分享去向
- 访客属性
- 地域分析
- 系统环境

总流量

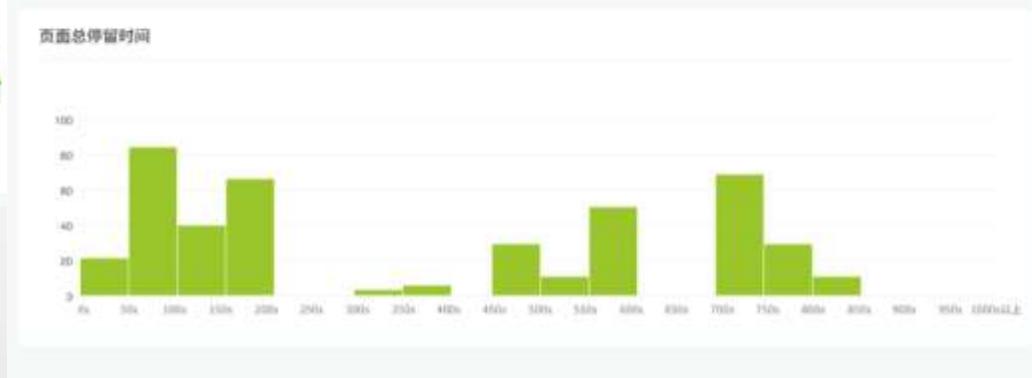
访客数(UV)	浏览量(PV)	分享人数	分享次数	传播层级	平均页面停留时间
3,910,002	3,310,002	910,002	2,910,002	6	00:02:20

今日流量

	访客数(UV)	浏览量(PV)	分享人数	分享次数	传播层级
今日	10,002	50,000	2,000	10,000	8
昨日	10,002	50,000	2,000	10,000	5



各类数据统计，包含KOL定向跟踪、传播层级、阅读来源、去向分析、人群画像等详细资料，满足日常运营需求



统计数据 推广维护

2017农夫山泉活动

访客属性

性别比例

性别	比例
男	35%
女	4%
未知	4%

学历分布

学历	比例
高中及以下	60%
大学	15.86%
本科及以上学历	24.14%

年龄分布

年龄段	比例
18岁以下	~10%
18-24岁	~25%
25-34岁	~30%
35-44岁	~20%
45-54岁	~5%
55-64岁	~2%
65岁以上	~1%

PV/UV

访客数(UV)

3,910,002

浏览量(PV)

3,310,002

地域分析

省份	浏览量(PV)	占比
1 广东	81,375	11.68%
2 湖北	45,455	8.65%
3 北京	38,456	7.32%
4 河南	35,251	6.71%
5 山东	30,792	5.86%
6 湖南	25,647	4.88%
7 浙江	25,123	4.78%
8 四川	24,932	4.75%
9 江苏	23,942	4.56%
10 其他地区	214,389	40.81%

整体概况

- 整体概况
- 传播图
- KOL列表
- 传播层级
- 阅读来源
- 分享去向
- 访客属性
- 地域分析
- 系统环境

访客属性：性别比例、学历分布、年龄分布、地域分析

一个活动上线后无论是以何种形式开始传播，最终都是要呈现给更多的参与者，参与者才是至关重要的，那么如何才能直接**刺激参与者主动分享提升传播量**？



在不改动活动流程的情况下，高效提升传播效果

直接给参与者发红包，刺激激励参与者主动在各自的圈内奔走相告，促进传播。

调整类红包

传播量红包

可根据单个用户所带来的
传播量
或者层级
进行红包发放

 建议设置梯金额

引爆类红包

分享红包

参与者成分享后即可获得
可进行设置朋友圈
微信群
朋友之间不同路径设置发放

建议设置金额1-2元

引爆类红包

手动红包

活动过程中
根据KOL排行
以及潜在传播的能力
进行红包的发放

 建议单人单次金额在50元以上



时间维度

任何一种红包均可根据**不同的时间**进行红包发放规则的设定



性别维度

任何一种红包均可**根据不同的性别**享受不同的红包



传播维度

可以指定**传播级数**，例如只针对有三级传播的用户，给到红包鼓励、

或者根据**规定时间内的传播量**排行给予用户红包鼓励



地域维度

任何一种红包均可按照**不同省份，城市**进行微信红包的派发



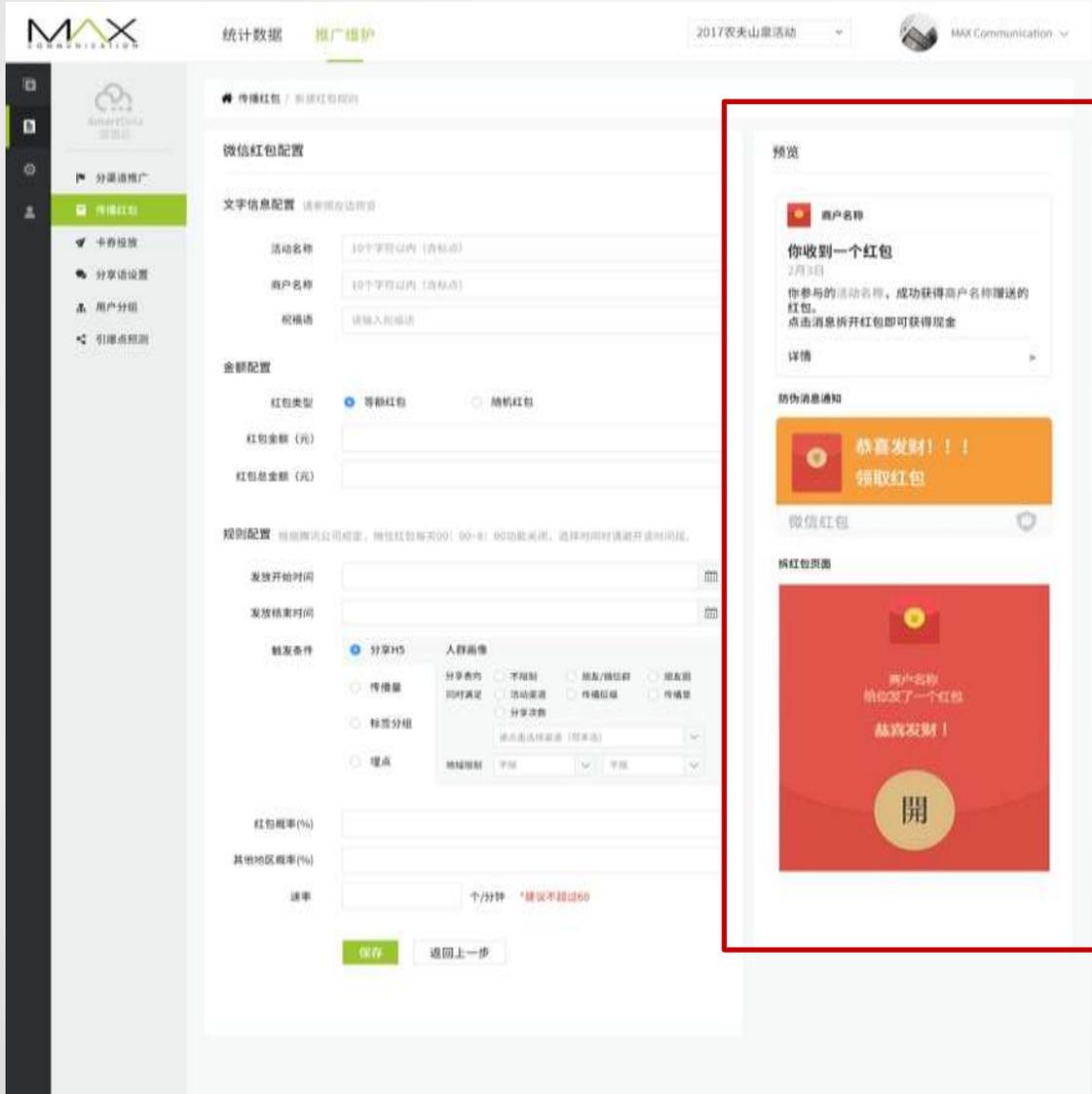
行为维度

用户留资讯
用户参与次数
等都可以作为任何一种红包发放的规则



定制化维度

红包获得比率定制
照片匹配度
微笑指数
等都可以作为任何一种红包发放的规则



效果样式实时预览，更直观更有效。



配置规则触发条件细分化，个性化定制

红包发放规则列表

+ 新建红包规则

活动名称	活动起始时间	奖励类型	触发条件	已发放金额	剩余金额	单个红包金额	状态	领取人数及名单	操作
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	随机红包	分享触发	20051	25000	1~5	发放中	15000	暂停 开始
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	随机红包	埋点触发	20051	25000	1~5	已暂停	15000	开启 开始
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	等额红包	传播量触发	20051	25000	1~5	已结束	15000	—
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	随机红包	分享触发	20051	25000	1~5	已结束	15000	—
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	等额红包	埋点触发	20051	25000	1~5	已结束	15000	—
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	随机红包	传播量触发	20051	25000	1~5	已结束	15000	—
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	等额红包	分享触发	20051	25000	1~5	已结束	15000	—
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	随机红包	埋点触发	20051	25000	1~5	已结束	15000	—
微信红包	2017-09-30 12:00~2017-09-30 15:00	等额红包	传播量触发	20051	25000	1~5	已结束	15000	—

红包类型、发放金额、规则，配合活动随时调整开启

传播红包 / 领取人名单

领取人名单

上下翻页

排名	头像	昵称	Openid	性别	所在地区	发放金额	红包状态	红包单号	发放时间
1		小不点	u54nryuithu0rPY2pU4PYC410	女	上海	1.8	发送失败 (没有配置商户信息)		2017-06-20 17:16:11
2		陈/空	u54nryuithu0rPY2pU4PYC400	男	山西	0.6	发送失败 (没有配置商户信息)		2017-06-20 17:16:11
3		蓝物一如姓往	u54nryuithu0rPY2pU4PYC400	男	广东	3.2	发送失败 (没有配置商户信息)		2017-06-20 17:16:11

领取人名单列表清晰，把控知晓传播流向

1 返回 确定

转发语是用户浏览朋友圈的时候，最先接触到的内容，根据smart data数据总结，一条**传播力强的转发语**给H5带来的打开率是普通**转发语**的**3-5倍**。

针对不同人群不同传播时间，能判断出**第一眼就能抓人眼球**的转发语至关重要。



Smart系统化创意标题帮您判定，活动初期对各条转发语数据进行监测，通过把控数据判定留下最佳转发语。



3-2系统化创意标题

MAX COMMUNICATION

统计数据 推广维护

2017农夫山泉活动

MAX Communication

SmartData 数据云

分渠道推广

传播红包

卡券投放

分享语设置

用户分组

引爆点预测

分享语列表

+ 添加分享语

全部启用 全部停用

*启用分享语后，将替换原H5开发时所使用的分享相关的设置

ID	分享标题	分享描述	分享图片	分享链接	展示次数	点击次数	添加时间	操作
10002	喜迎国庆中秋双节	快来看看你的假期旅游地		http://topic.tarsocial.com/wdnewyear/index?tar_fold=C-1	35000	25000	2017-10-01 13:00	停用
00025	喜迎国庆中秋双节	快来看看你的假期旅游地		http://topic.tarsocial.com/wdnewyear/index?tar_fold=C-1	35000	20051	2017-10-01 13:00	启用
00017	喜迎国庆中秋双节	快来看看你的假期旅游地		http://topic.tarsocial.com/wdnewyear/index?tar_fold=C-1	25051	20051	2017-10-01 13:00	启用
00028	喜迎国庆中秋双节	快来看看你的假期旅游地		http://topic.tarsocial.com/wdnewyear/index?tar_fold=C-1	20051	15000	2017-10-01 13:00	启用

1 跳转至第 页 确定

各标题效果清晰可见，并且可随时暂停效果较差的标题，一步到位。



时间维度

可根据时间进行不同转发语内容的配置



性别维度

可根据转发人的性别，进行不同的转发语内容配置



传播维度

可根据现有活动的实时传播量，或者传播者现在处于的传播节点。给予不同转发语设置



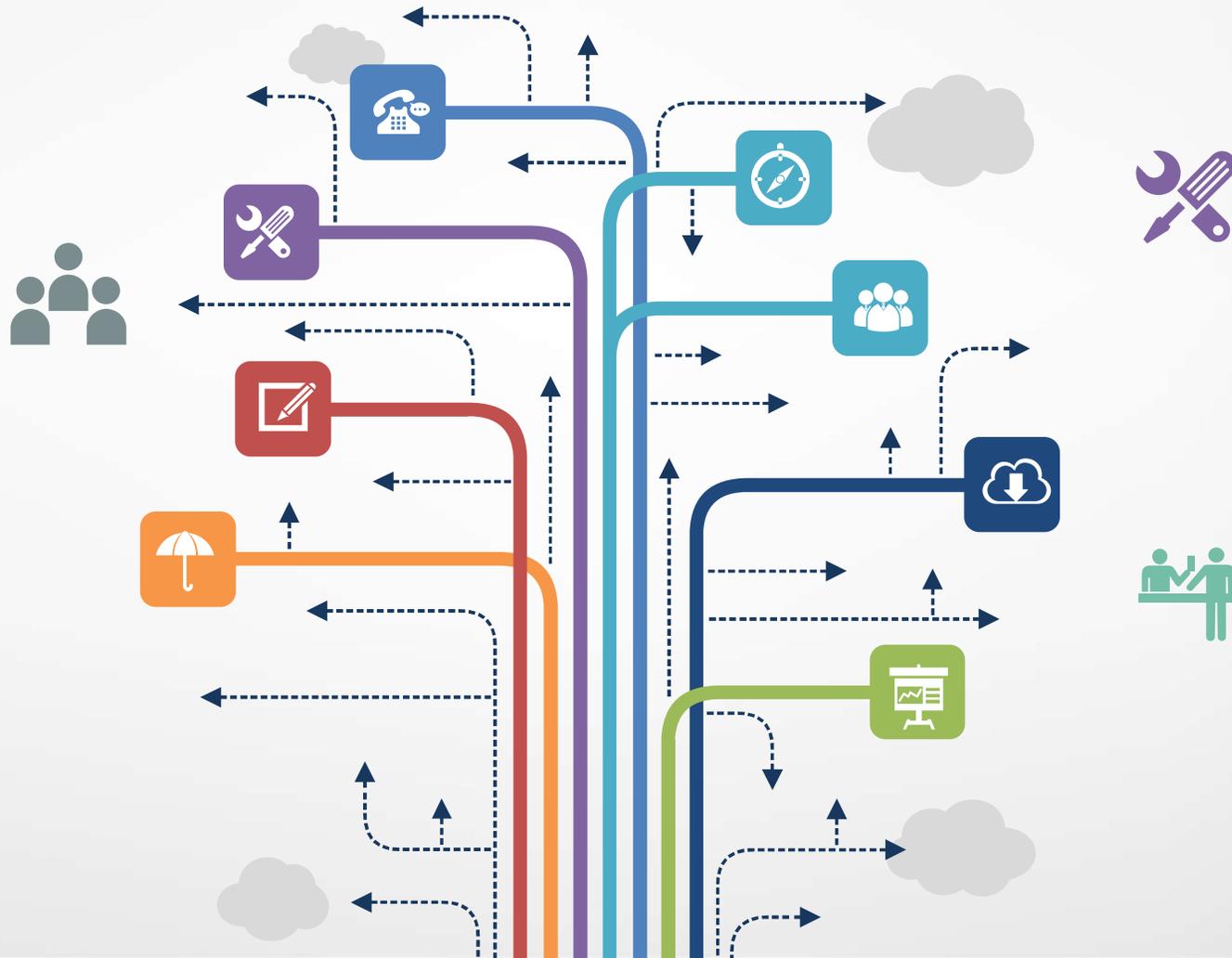
地域维度

可根据地域不同给到不同转发语设置



内部员工体系

Social生态的发展，催生了一套更有效的销售模式。
适用于中 / 大型企业。
基于集团强大的内部员工体系，可以充分利用资源，更深层次挖掘客户需求。以最小的投入，达成最高效的ROI。

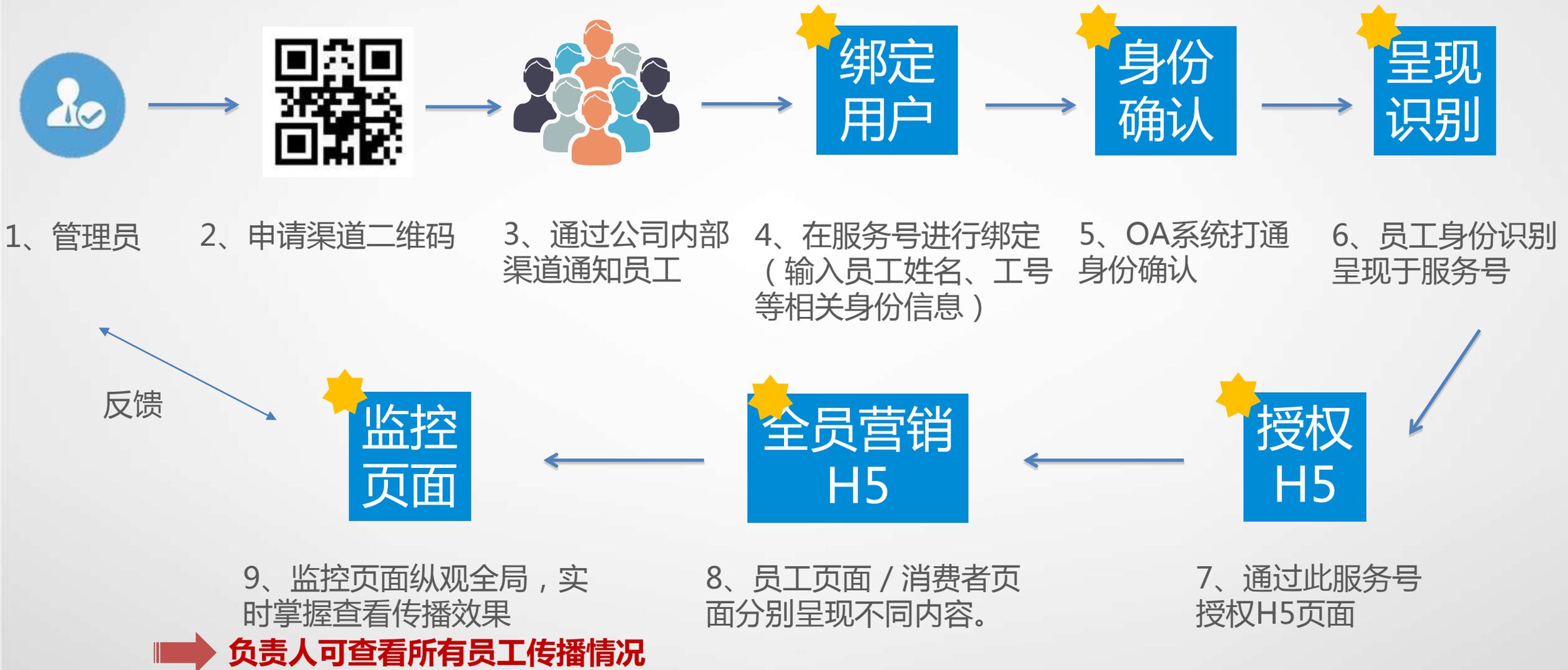


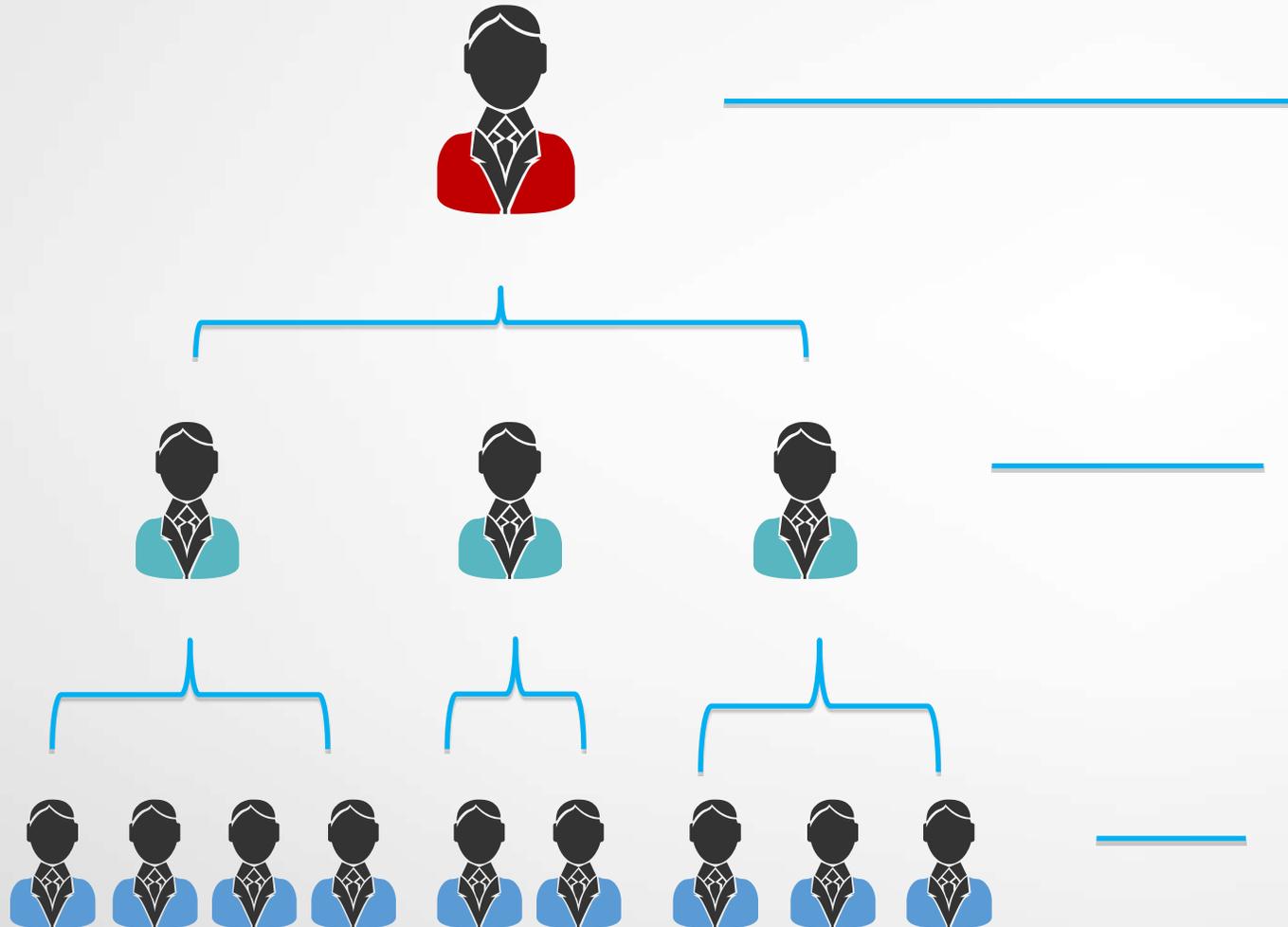
销售对口客户群

可检验销售的对口客户群是否符合产品的受众用户，以及内部员工的传播效果。

产品市场反馈

结合H5人群画像数据分析，查看消费者对产品的反馈，同时对此产品的兴趣程度。

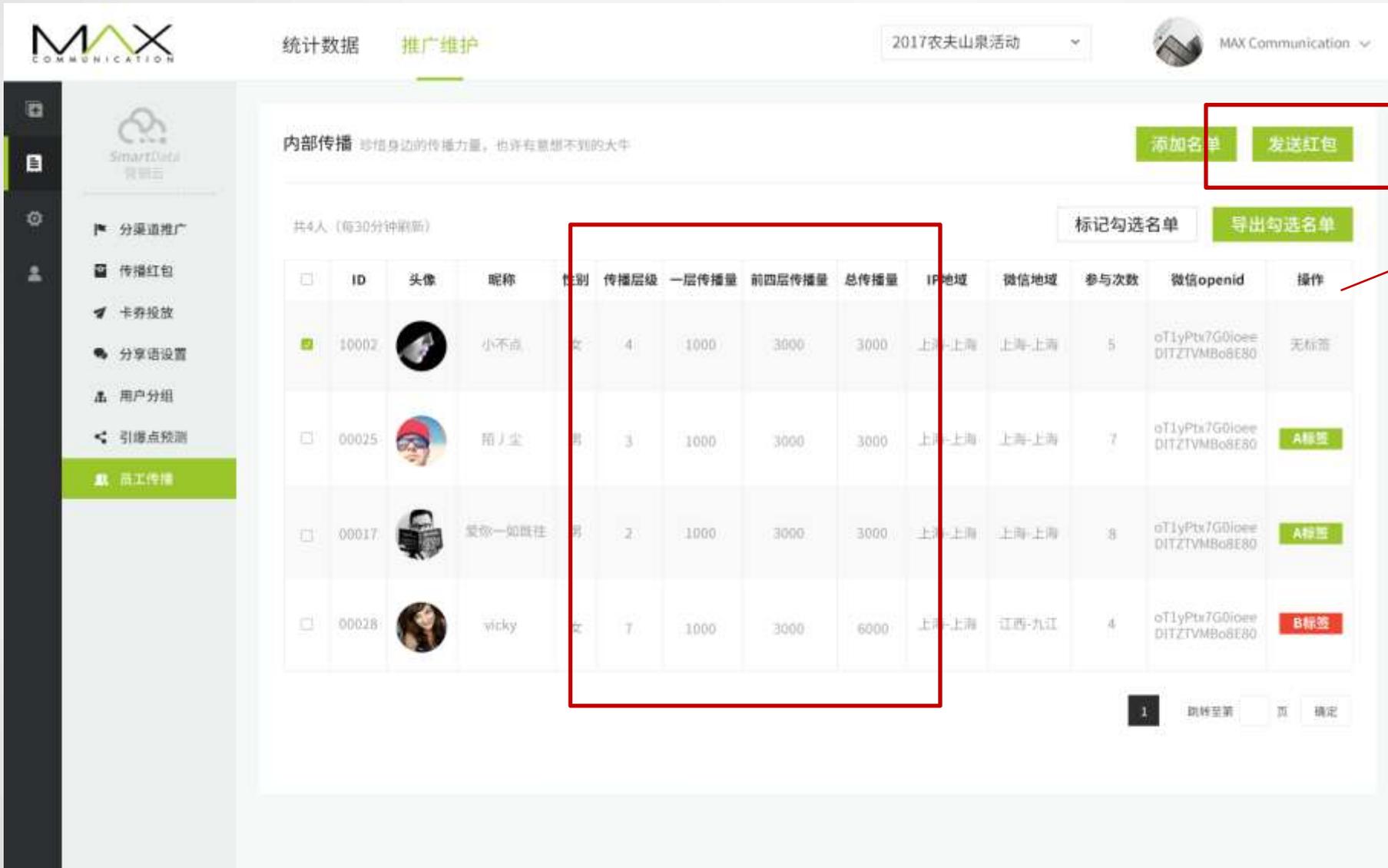




超级管理员：监控页面。纵观全局，实时查看传播效果。对于传播效果佳的员工，可给予**红包奖励**，促进传播销售。

企业内部员工：员工页面。通过前期部署准备，自动识别出企业内部员工作为第一层传播者。通过渠道生成**员工传播H5页面**，同时可时时查看自己传播效果，传播路径。

消费者：消费者页面。层层递进，传播全面爆发，深度引流。



MAX COMMUNICATION

统计数据 推广维护

2017农夫山泉活动

MAX Communication

内部传播 珍惜身边的传播力量，也许有意想不到的大牛

添加名单 发送红包

共4人 (每30分钟刷新)

标记勾选名单 导出勾选名单

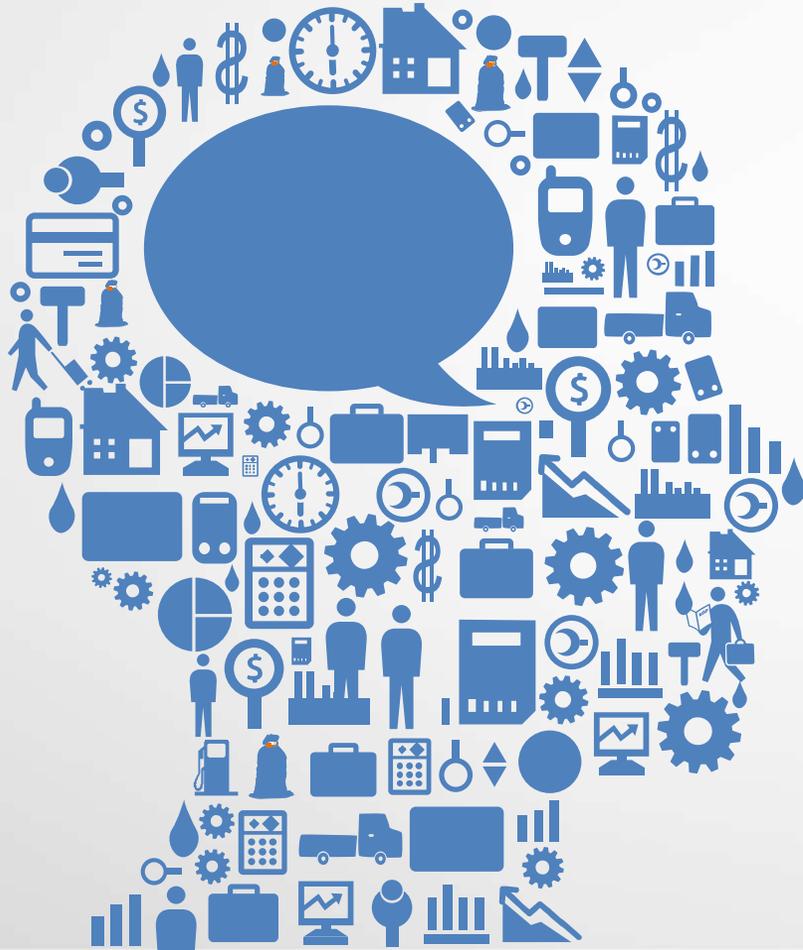
<input type="checkbox"/>	ID	头像	昵称	性别	传播层级	一层传播量	前四层传播量	总传播量	IP地域	微信地域	参与次数	微信openid	操作
<input checked="" type="checkbox"/>	10002		小不点	女	4	1000	3000	3000	上海-上海	上海-上海	5	oT1yPtx7G0ioeeDITZTVMB08E80	无标签
<input type="checkbox"/>	00025		杨广宝	男	3	1000	3000	3000	上海-上海	上海-上海	7	oT1yPtx7G0ioeeDITZTVMB08E80	A标签
<input type="checkbox"/>	00017		爱你一如既往	男	2	1000	3000	3000	上海-上海	上海-上海	8	oT1yPtx7G0ioeeDITZTVMB08E80	A标签
<input type="checkbox"/>	00028		wicky	女	7	1000	3000	6000	上海-上海	江西-九江	4	oT1yPtx7G0ioeeDITZTVMB08E80	B标签

1 跳转至第 页 确定

员工传播量清晰可见，对于传播效果较好的员工给予红包奖励，更加刺激传播

产品覆盖使用**全**行业：覆盖美妆行业、快消品行业、奢侈品行业、金融、保险、地产等.....

适用人群：商业活动项目策划者、执行者。
旨在帮助品牌客户更好提升传播效果和效果转化。



合作客户

BVLGARI

dyson

JO MALONE

TOM FORD



SHISEIDO
GINZA TOKYO

P&G

周生生
Chow Sang Sang



LANEIGE
리네이브



GODIVA
Chocolatier

佳洁士
Crest

ETUDE
HOUSE





案例01：皇家宠物食品-猫咪健康体检馆总览 应用实例及效果



28591
总浏览次数



3843
总分享次数



20159
总浏览人数



1563
总分享人数



7.04%
分享率



17
传播层级

传统投放-客户KOL投放总和（6个KOL+官微）

根据客户提供的内容直接进行大号投放，覆盖账号粉丝及粉丝的下层传播，共产生约**28591**频次阅读

社交媒体传播-兽医红包投放

通过微媒体传播智能投放平台，客户指定的**兽医渠道**进行投放，激励政策刺激。共产生约**299703**频次阅读



299703
总浏览次数



352844
总分享次数



104211
总浏览人数



70675
总分享人数



67.82%
分享率



97
传播层级

制定有效的**传播激励政策**，并实时优化传播结构，**影响传播节奏**

	PV	UV	分享次数	分享人数	分享率	传播层级	阅读来源 扫码/ 微信原文	阅读来源 朋友圈	阅读来源 好友/群	去向分析 朋友圈	去向分析 好友/群	其他
宠物医生渠道	299,730	104,211	352,844	70,675	67.82%	97	1,151	75,024	29,176	59,363	29,238	177
喵了个咪	1,912	1,413	14	9	0.64%	3	1,403	3	7	5	5	0
喵星人的喵星球	2,216	1,755	9	6	0.34%	1	1,755	0	0	4	1	0
萌爪日记	1,184	904	23	19	2.10%	1	890	5	9	1	17	0
大爱猫咪控	9,856	7,481	236	222	2.97%	2	7,274	101	64	66	156	0
猫来了	7,336	4,547	166	144	3.17%	3	3,920	79	491	87	57	0
宠语系 PetAcademy	1,436	1,150	1	1	0.09%	1	1,149	0	0	0	0	0
官方微信	4,651	2,909	3,394	1,162	39.94%	17	2,442	514	171	677	828	2

SmartData营销云系统帮助宠物医生渠道推广的H5获得良好效果。带来了104,211的UV，达到了**100倍**的扩散效果。



宠物医生纷纷转发，并号召好友一同转发



104236/299071

总浏览人数/次数



70659/352844

总分享人数/次数



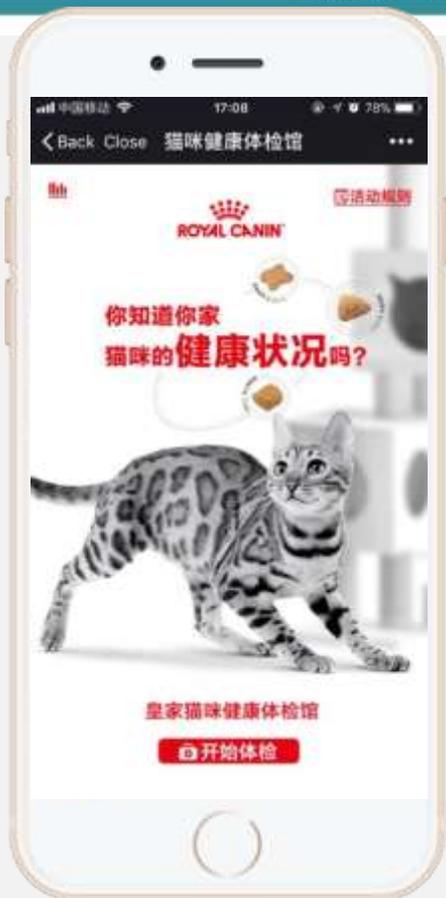
68%

分享率



97

传播层级



1.福利 好久没带猫咪去体检？现在线上就能完成！	36173
2.福利 我家猫咪健康状况还不错，你也测测吧~	134357
3.猫咪健康一手掌握，点开还有福利！	37895
4.福利 厉害了线上体检，仿佛给猫咪做了个透视	7553
5.内含福利 原来我家猫咪有这方面的困扰？！	16804
6.猫咪线上体检+福利，随手分享造福猫奴	5817
7.福利 你家猫咪身体状况能超越 88% 别人家的猫咪？	20366

系统化创意标题

项目启动时共准备了7个标题，在商定测试的时间内，标题1、标题2和标题3的传播效果明显优于其他，其中**标题2传播速度具有明显优势**，故后期传播中主推此文，取得了良好的传播效果

充分利用社交媒体系统的**引爆点设计**功能，撬动**35万次传播**，单次UV曝光仅**0.48元**