

# 舜飞BiddingX助力麦德龙网上商城 精准营销控成本



## 关于麦德龙：

麦德龙超市，是德国最大、欧洲第二、世界第三的零售批发超市集团，世界500强之一，分店遍布32个国家

## 目标：

- 面向PC、移动端，触达食品、日化、家居、母婴、时尚、生活方式等目标人群
- 配合不同阶段产品促销需求，提高到站率，拓展更多新用户
- 达到不高于期望的CPV成本

## 策略：

- 基于舜飞DMP和第三方人群数据库，制定出目标用户基本属性定向、地域定向、购买倾向定向、访问行为定向等四大人群定向策略，精准锁定了商贸人群、生活家庭人群、时尚人群、网购人群等四类人群
- 持续筛选点击率及点击到达率较高的媒体，加大预算投放，同时剔除影响客户品牌的、点击和到达效果较差的媒体形成黑名单，屏蔽投放
- 运用不同的出价方式交替调整，结合机器智能调控成本

## 结果：

- 整体Landing rate超过60%
- 投放优化过程中，CPV成本不断下降，相对于客户期望值下降了55%

作为德国最大的、全球第三大的零售集团，麦德龙几十年来凭借遍布全球30个国家和地区的业务透着“国际范儿”，让无数人记住了它和瑞典宜家家居相似的黄蓝logo和仓储式的线下商场结构。然而，随着互联网的兴起，在互联网电商这个更加庞大的、更加全球化的“商超”面前，像麦德龙、沃尔玛、家乐福这样的国际零售巨头都纷纷落入下风。面对这样的行业竞争局面，麦德龙开始进军电商。

对外，麦德龙网上商城面临着阿里巴巴、京东等互联网电商巨头的包围；对内，其自身商对商的基因和网站现状限制着网上商城的进一步发展。麦德龙网上商城急需一个推广平台，既可以为它带来巨大优质流量，降低拓展新客户的成本，又可以帮助促成网上交易，实现销售目标。在这样的需求推动下，麦德龙找到了舜飞 | BiddingX。



## 大数据精准定向目标人群

提前在广告主网站上布置代码，收集网站到访用户数据，运用DNA网站监测工具对网站访客行为进行监测，根据访客浏览行为对访客进行不同分类定义，分析站点用户画像。通过舜飞BiddingX自有DMP平台和对接的第三方人群数据库，进行多维度分析和挖掘，制定出目标用户基本属性定向、地域定向、购买倾向定向、访问行为定向等四大人群定向策略，精准锁定了商贸人群、生活家庭人群、时尚人群、网购人群等四类人群。

其中，在基本属性定向中，一方面保持对麦德龙网上商城面向批发群体的定向，另一方面引入对普通消费者的定向；在地域上，定向麦德龙设有门店的城市进行投放，剔除不在目标城市的人群，减少无效用户的干扰，同时对表现好的区域加大投放；在购买倾向上，定向麦德龙主要销售产品的领域，如食品饮料、生活用品、母婴产品、家居家装等，每一个大类标签下继续细分相关的标签，如酒类、护肤品、奶粉、厨具等。

重点利用BiddingX算法技术挖掘历史数据，对访问过生活类电商网站的人群，购买过食品、生活用品、母婴产品、家居家装等产品的人群，在近一段时间内搜索过麦德龙及相关产品关键词的人群，进行定向投放。

<p><b>基本属性</b></p> <p>20-40岁 采购人员 家庭主妇 白领</p> 	<p><b>区域定向</b></p> <p>北上广深等 麦德龙有门 店的城市60 个</p> 	<p><b>购买倾向</b></p> <p>食品饮料 生活用品 母婴用品 家居家装</p> 
<p><b>访问行为</b></p> <p>访问过食品、生活用品、母婴用品家居、母婴用品、家居等产品的用户；在网上搜索过麦德龙及相关购买倾向关键词的用户</p> 		

### 动态创意开启千人千面

在电商营销中，DSP除了帮助广告主精准定位到目标人群，还要着重向目标人群展示不同类型、利益点吸引潜在客户的眼球。不同阶段展示不同诉求的创意，不同人群展示不同形式的创意，让广告实现“因人而异”，更有效地吸引目标人群。

本次推广，BiddingX一方面采用多版本动静态banner全路径包覆式投放的策略，在频次控制的基础上进行创意轮播，向目标人群传达更多信息，让广告如影随形，同时避免审美疲劳。另一方面，通过舜飞DCO（动态创意）系统，针对不同用户的行为，展示个性化的广告创意，真正实现“千人千面”，大大提升了用户的体验和视觉感知，吸引到更多的目标用户进站。通过动态创意投放，可以大幅度提升广告的点击率，同时在投放过程可以实时了解数据结果，优化创意效果。

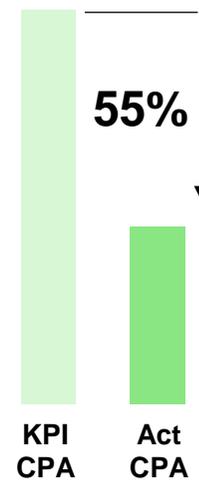


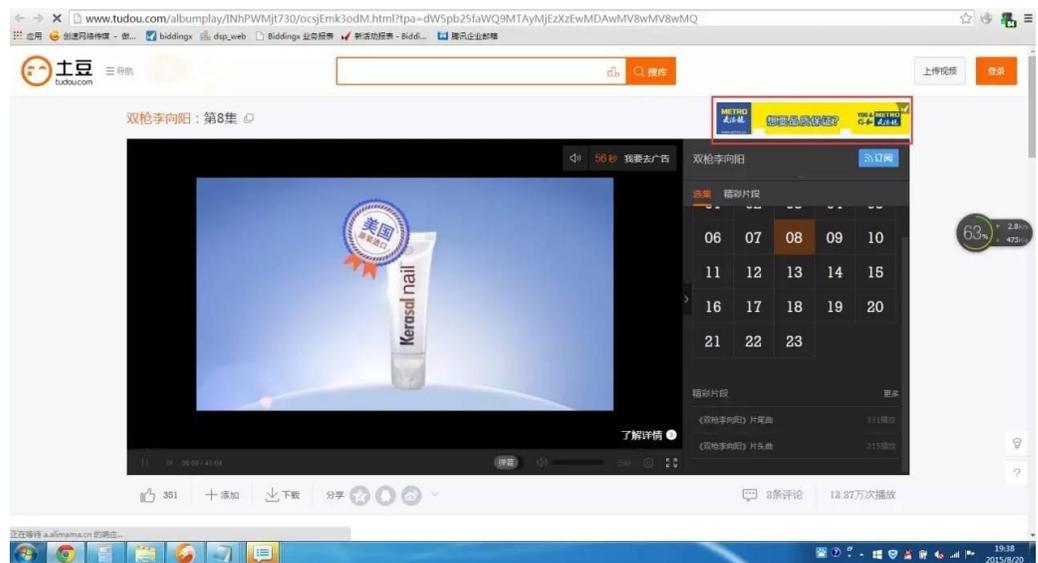


面对这样一个持久性的广告战役，BiddingX始终坚守最高的优化标准，快速分析投放数据，实时进行优化调整：

- 不同阶段进行不同的频次控制，减少广告的无效曝光
- 不同出价方式交替调整，机器自我学习智能调控，降低成本
- 持续筛选点击率及点击到达率较高的媒体，加大预算投放，同时剔除影响客户品牌的、点击和到达效果较差的媒体形成黑名单，屏蔽投放
- 根据DNA监测数据，分析到站访客的属性，持续地优化人群标签，优化到站访客的质量，提高到站率、网站停留时间和降低跳失率
- 对优质访客进行重定向投放，持续召回

通过这些持续的优化行为，BiddingX完美地达成了广告主的要求。整体CPV成本与客户预期相比，下降了55%。BiddingX通过海量数据库的优势和专业的优化服务，战胜了其他供应商，成为广告主长期合作伙伴。





## 关于BiddingX：

舜飞旗下DSP平台，提供RTB、PMP、PDB多种媒介购买解决方案。BiddingX日均流量超过400亿，覆盖PC端、移动端、视频端，并在营销的每一环节，以领先的产品技术为支撑，为广告主提供全流程优化服务。

了解更多：[www.biddingx.com](http://www.biddingx.com)