

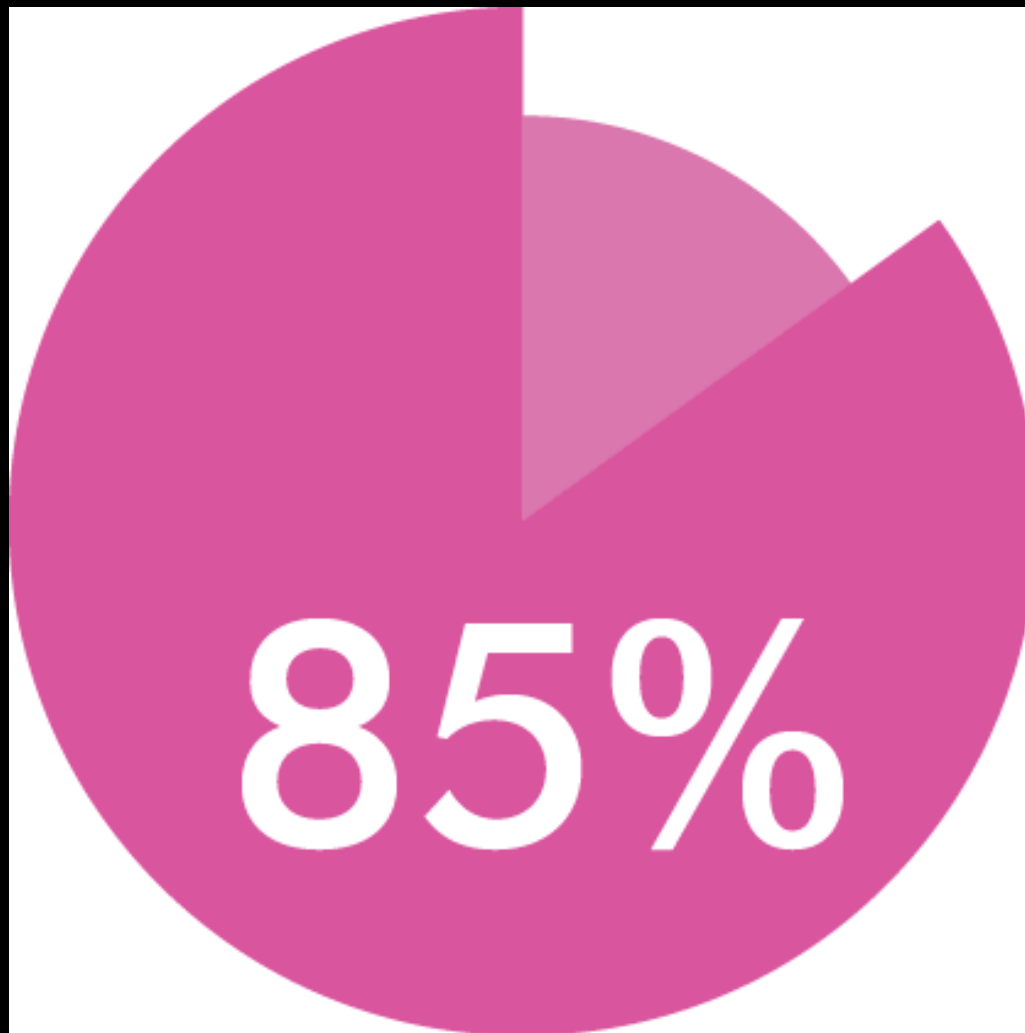
大数据形态下的媒体新革命

谢乐

金佰利 市场副总裁



媒体投放的费用永远是最大的“那块饼”





广告主名言：“50%的投放费用都是浪费的，
但我并不知道是哪一半”





而母婴行业，或许X0%是浪费的 ($X > 5$)

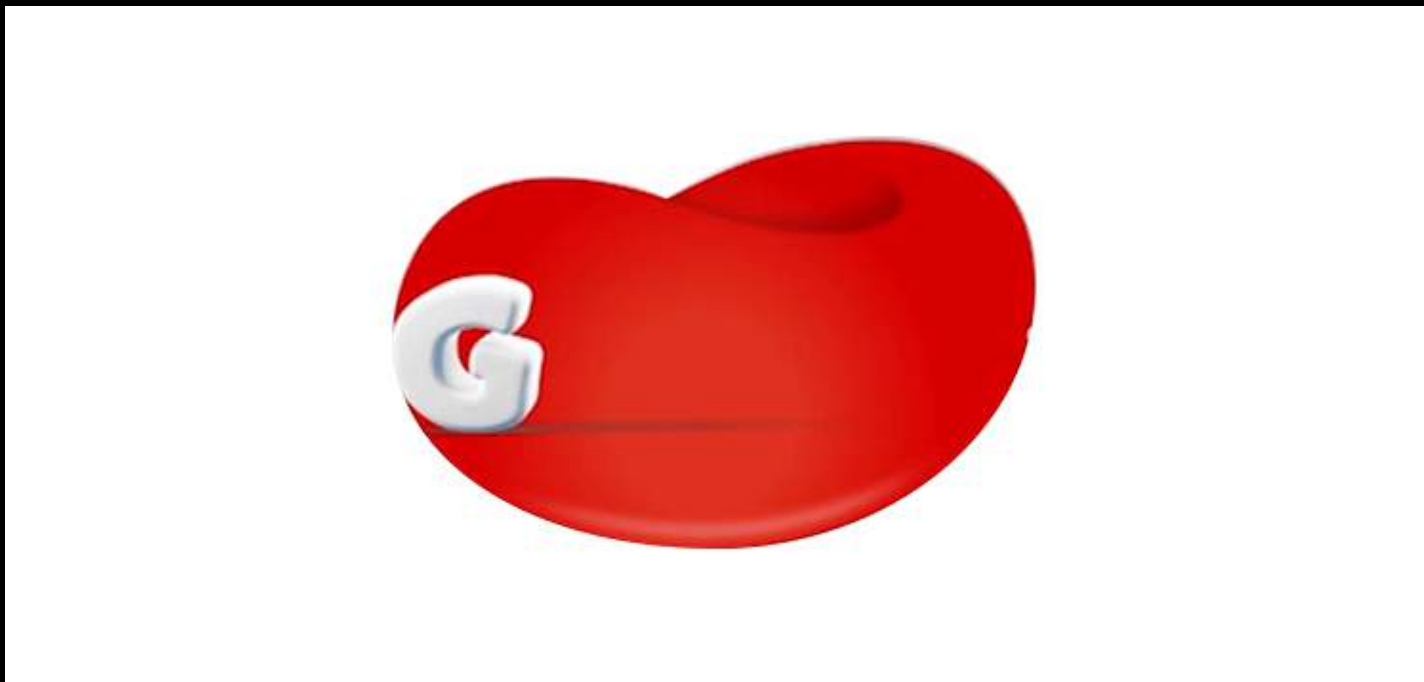


每年新生儿 1600-2000万

0-3岁婴儿 5000-6000万



对于大众媒体，我们只想拥抱她





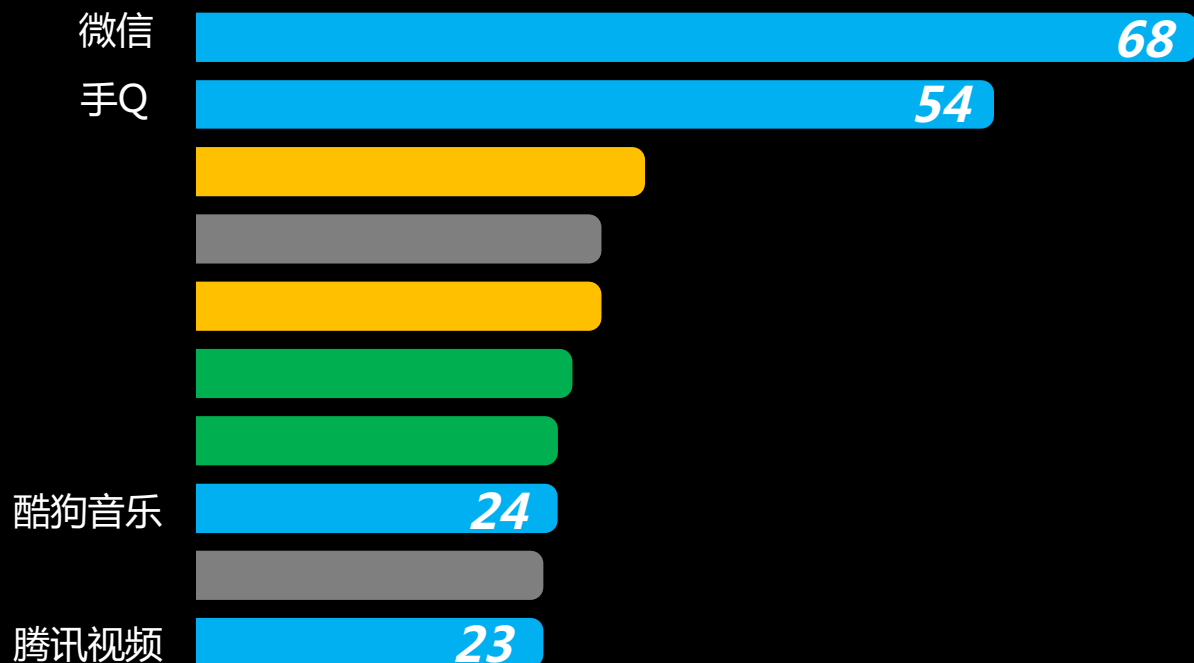
大数据？精准投放？程序化购买？





首先，海量真实数据，哪家最强？

Data Source : TalkingData移动观象台



Tencent 腾讯

微信支付

POWERED BY TENPAY.COM 财付通

FIND THE RIGHT MEDIA PARTNER



然而，茫茫人海，谁是孕妇？



DEFINE THE TARGET GROUP



Follow her ! 她去哪我就投到哪 !



CPD
CPM
CPC



Individual
Buy

NEW BUYING MODEL TO REACH TA



分阶段分创意，不忘“买买买”

孕早

孕中

孕晚

婴3m

4 STAGES

产品功能沟通
TVC

品牌情感沟通
视频

促销优惠
Banner

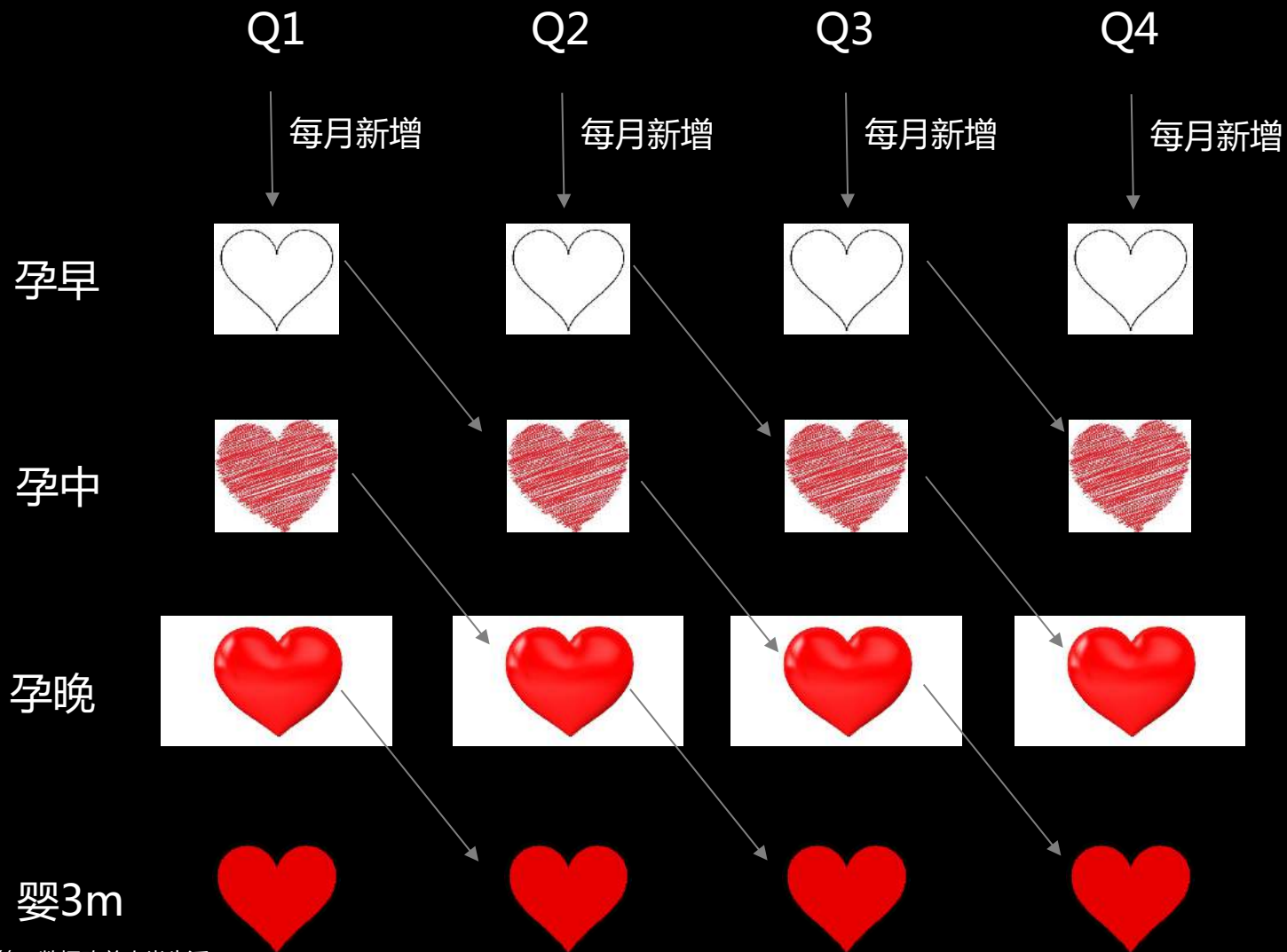
3 Messages

Frequency: Once a month

GENERATE CREATIVES



数据包动态管理，每月更新





365天，NON-STOP曝光



CAMPAIGN BURST



ALWAYS-ON



TA%远高于常规投放，但我想要100%





回到初衷，如何验证她是不是个孕妇？

相信

第三方运营商数据

母婴APP应用数据

腾讯和TD交叉验证

.....



大数据形态下的 媒体新革命

- △ 创意展现更精准
- △ 购买方式更灵活
- △ 投放效果更显著



鸣谢



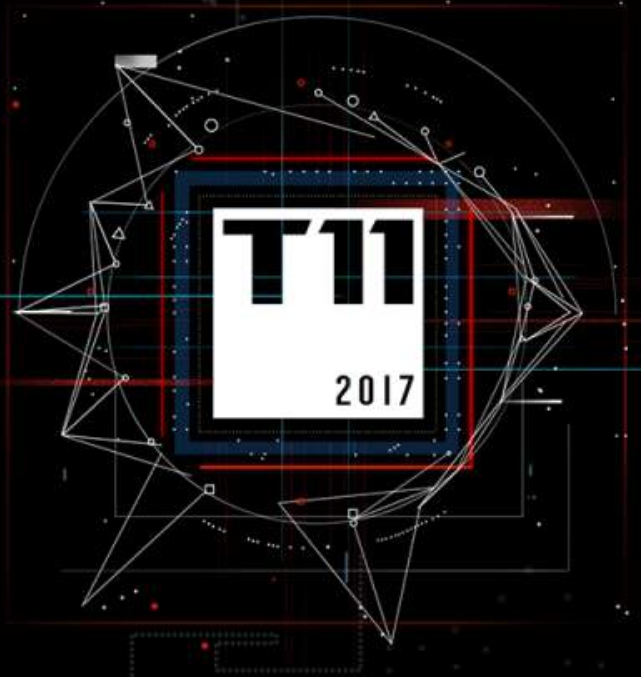
Tencent 腾讯





广告主们的愿景

On Target % = 100%



THANKS