

直播课堂第10课

360智慧营销之“功守道” ——守存量，攻增量

开课时间：5月14日20:00-21:30

讲师：任金凤 微创时代运营总监

HAPPY



360智慧商业

360营销学院



微创时代
mi age

“功守道” - 360智慧营销

给你新鲜好看-某PGC短视频

代理：北京微创时代广告有限公司

AWARD PRESENTATION CEREMONY

HAPPY

2020

NEW YEAR

AWARD PRESENTATION
CEREMONY

HAPPY
NEW YEAR

第三部分 大获全胜 / 经验分享

第二部分 “功守道” 营销

第一部分 项目背景及营销目标

CONTENTS
目 录





2020



2020

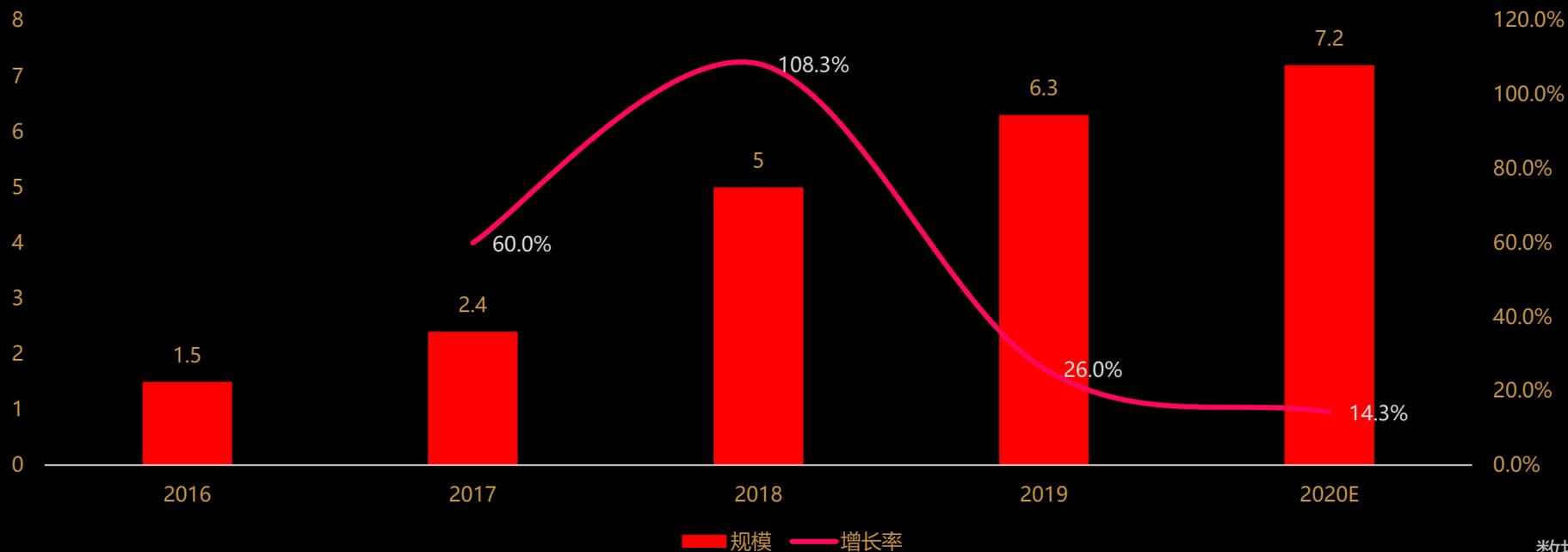
ONE

项目背景及营销目标

用户分析-短视频用户规模将持续增长，但增速放缓

互联网的快速发展和各大短视频APP的开发，时长短、碎片化的视频成为不少年轻人的追捧。2017年到2018年期间中国短视频用户规模增长迅速，2019年后短视频行业用户规模增速放缓，增长趋于稳定。

中国短视频用户规模、增速及预测

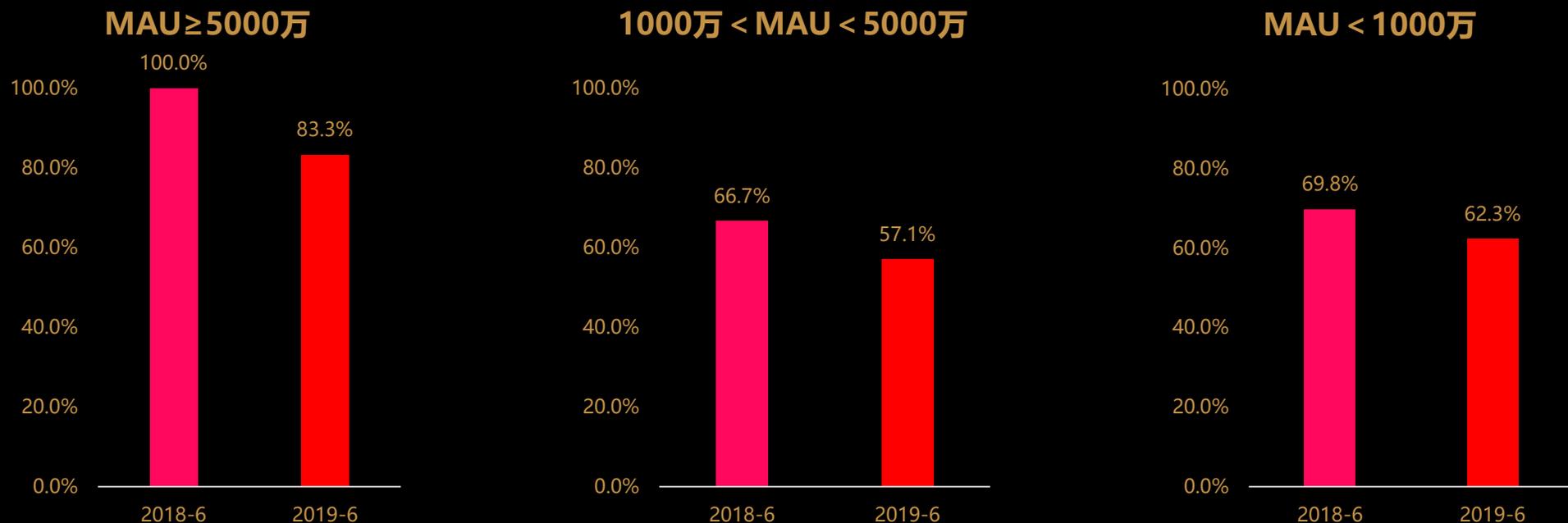


数据来源-QuestMobile

市场分析-短视频行业竞争加剧，中长尾平台面临生存考验

用户规模同比上涨的APP占比下降，中长尾平台面临生存考验，短视频行业已经由野蛮生长过渡到合规健康发展的新阶段，整体将迎来加速整合期。

短视频行业MAU同比增长的APP数量占比



数据来源-QuestMobile

营销痛点-流量不足、考核缩紧、竞争加剧

流量不足



kpi考核严格

手助放量瓶颈

信息流优质资源

不足

随着用户洗量逐

渐完成，19年更

加注重用户质量

及变现能力

各行各业抢量



抢量



放量

媒体分析-全网流量覆盖，多维流量构成，视频全覆盖



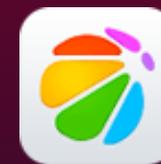
360站内独家资源



站外合作资源



360站内独家资源



站外合作资源



360资源 全面整合

全线产品覆 盖视频创意

背景总结-依托360全场景资源联动，智能投放打通扩量瓶颈

资源：巨大流量体系

360丰富产品矩阵
资源整合 高流量
视频跃跃欲试 潜力无穷

场景：行为链大数据

利用用户行为链大数据
精准定向需求场景 把握营销机会

技术：AI 赋能

个性化
内容原生 样式丰富
oCPX多维智投

三位一体 用户为王

媒体不断拓宽蓝海领域 值得探索

迎合广告主需求变化
契合媒体市场发展动向

营销目标-稳存量，抢增量

稳存量

维稳当前投放
不被压缩



冲破困局
增量突破

抢增量



2020



2020

TWO

“功守道” 营销

营销策略-“功守道”守存量，攻增量，最大化促增长

守

二守稳存量

一守：资源结合后端动态调整

二守：多品类素材，全尺寸覆盖测试

一进攻：资源联动，热剧引流

二进攻：oCPX强对接

三进攻：动态创意投放

四进攻：视频深度植入

四攻抢增量

攻

资源

资源整合，稳定流量

守

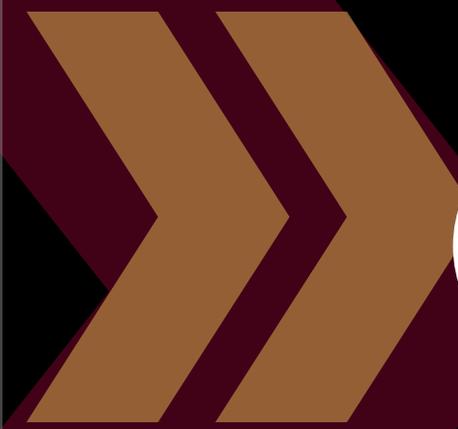
内容

多品类素材

第一守-资源结合单，双，三计划动态投放好把控

各资源位效果趋势

资源位	转化数	转化成本
站内视频资源	绿色	黄色
精选位	绿色	黄色
手卫及其他	浅绿色	黄色
优质低填充	浅绿色	黄色
站外视频资源	浅绿色	黄色
视频资源包	浅绿色	黄色
手卫优质资源	黄色	红色
360自有资源	黄色	浅绿色
低成本高次留	黄色	黄色
cpc定制投放	黄色	黄色
网服行业定制	黄色	黄色
全网智能优化	黄色	黄色
手助全部app资源包	红色	绿色
Unity ads	红色	黄色
疫情专题页	红色	黄色



OCPC
单打

+

CPC
双打

+

时段
三打

根据不同资源位创建OCPC计划

优质资源位
ocpc+cpc
双计划放量

根据时段特性
ocpc+cpc+时段
三计划调整增量

数据阶段：19年9月-20年2月

第一守-资源结合单，双，三计划动态投放好把控

各资源位效果趋势

资源位	转化数	转化成本
站内视频资源	高	中
精选位	高	中
手卫及其他	中	中
优质低填充	中	中
站外视频资源	中	中
视频资源包	中	中
手卫优质资源	中	高
360自有资源	中	中
低成本高次留	中	中
cpc定制投放	中	中
网服行业定制	中	中
全网智能优化	中	中
手助全部app资源包	中	低
Unity ads	中	中
疫情专题页	中	中

数据阶段：19年9月-20年2月

OCPC
单打

根据不同资源位创建OCPC计划

+

CPC
双打

激活成本下降

优质资源位CPC双计划放量

20%; 量级增加

30%;

+

时段
三打

根据时段特性ocpc+cpc+时段三计划调整增量

第二守-多品类素材, 全尺寸覆盖测试, 提升曝光



40+ 类别素材
单素材8个尺寸

曝光增加25%

CTR提升15%



数据阶段：19年9月-20年2月

资源

资源联动，热剧引流

oCPX

多维对接，直达考核

攻

创意

动态文案

革新

视频植入&与时俱进

一进攻-资源联动，热剧引流，强势吸量

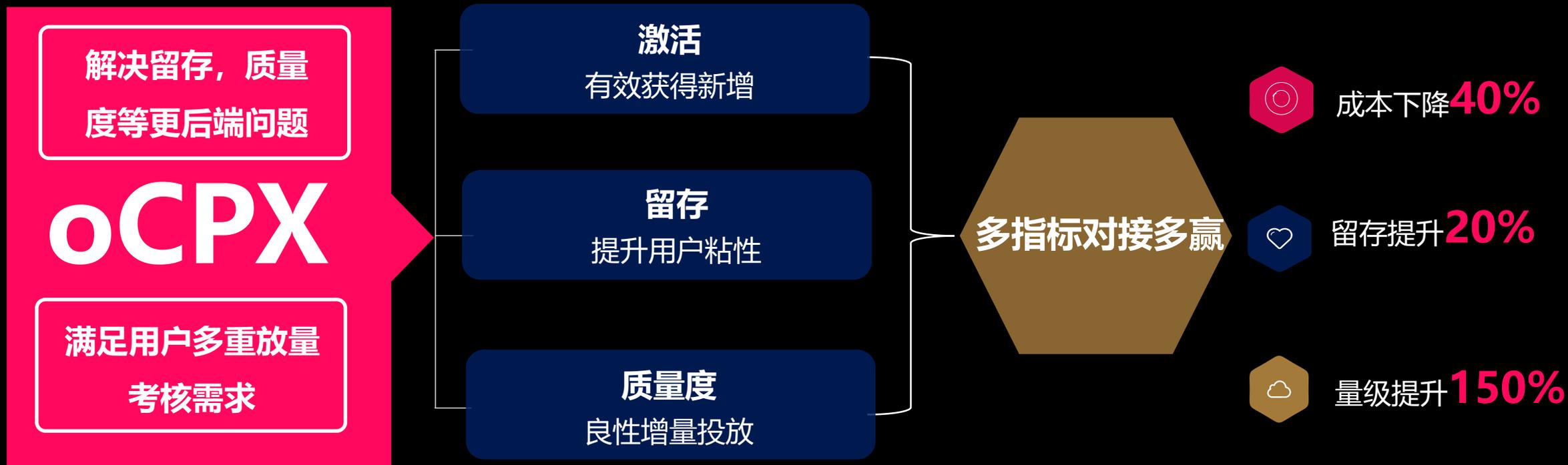


囡妈热剧合作，品牌资源覆盖，点击量提升1000倍

移动搜索联动投放，配合H5落地，品效全收
曝光量提升230%成本下降10%

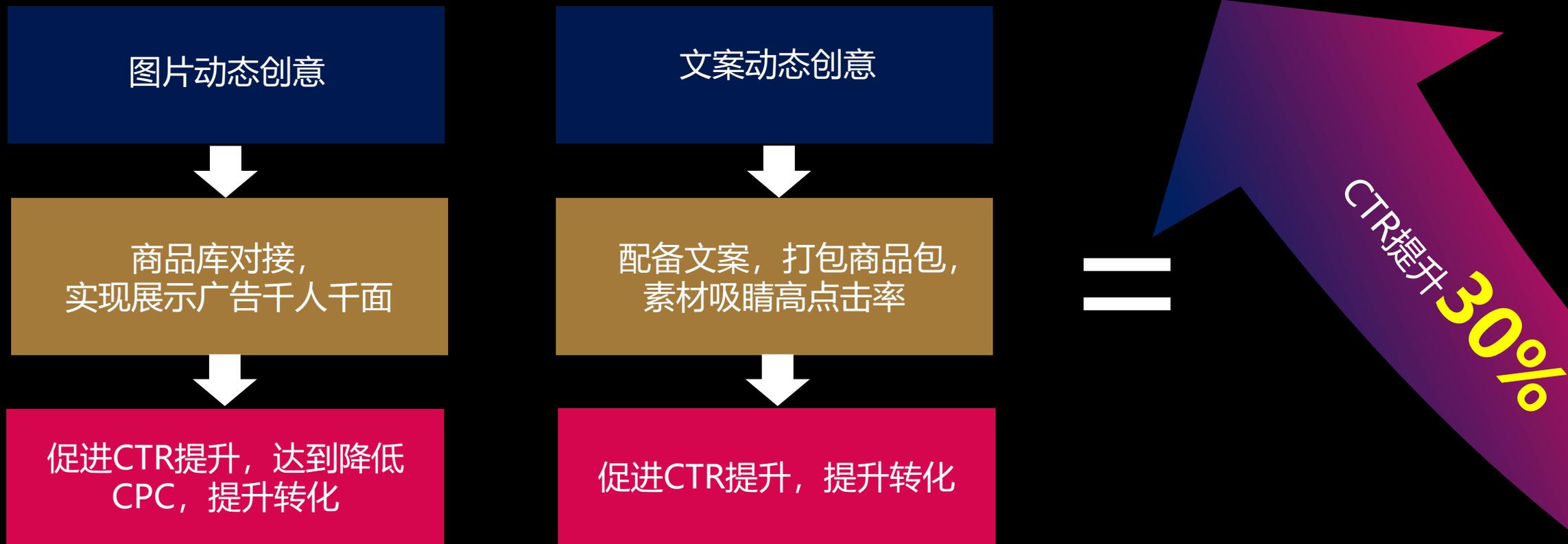
数据阶段：20年1月31日-20年2月29日

二进攻-CPX强对接-激活, 留存, 质量全面开花



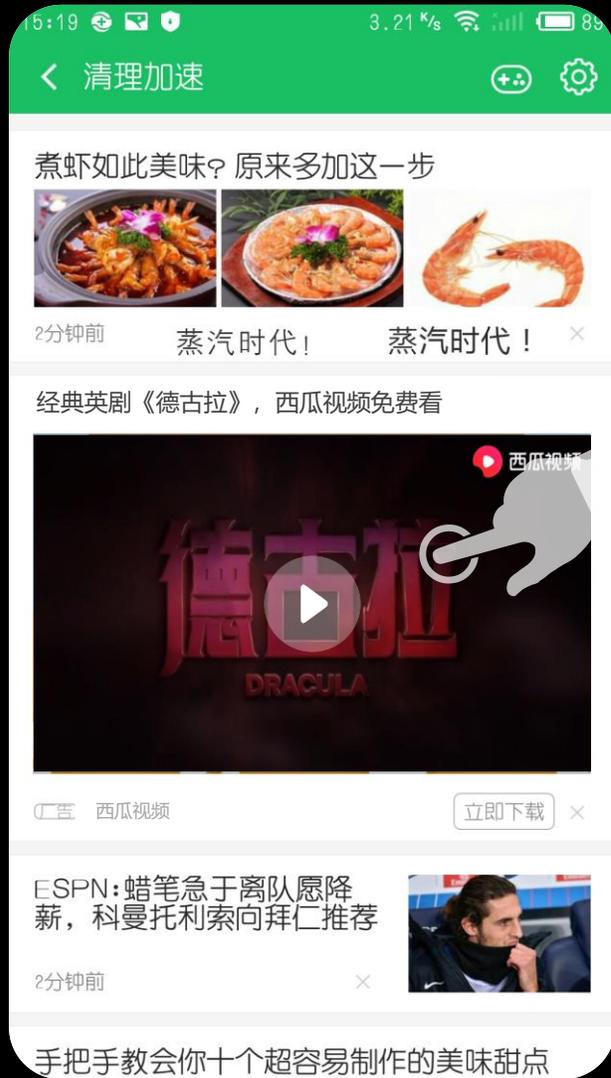
数据阶段: 19年9月-20年2月

三进攻-动态文案投放, 全面提升ctr



数据阶段: 19年9月-20年2月

四进攻-视频深度植入，增强用户粘度

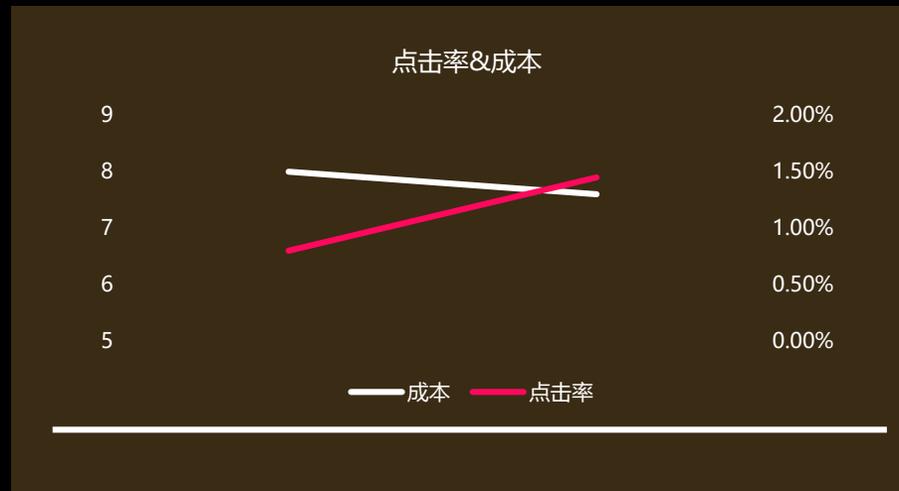


转化率提升

20%

获客成本降低

10%



数据阶段：19年9月-20年2月



2020

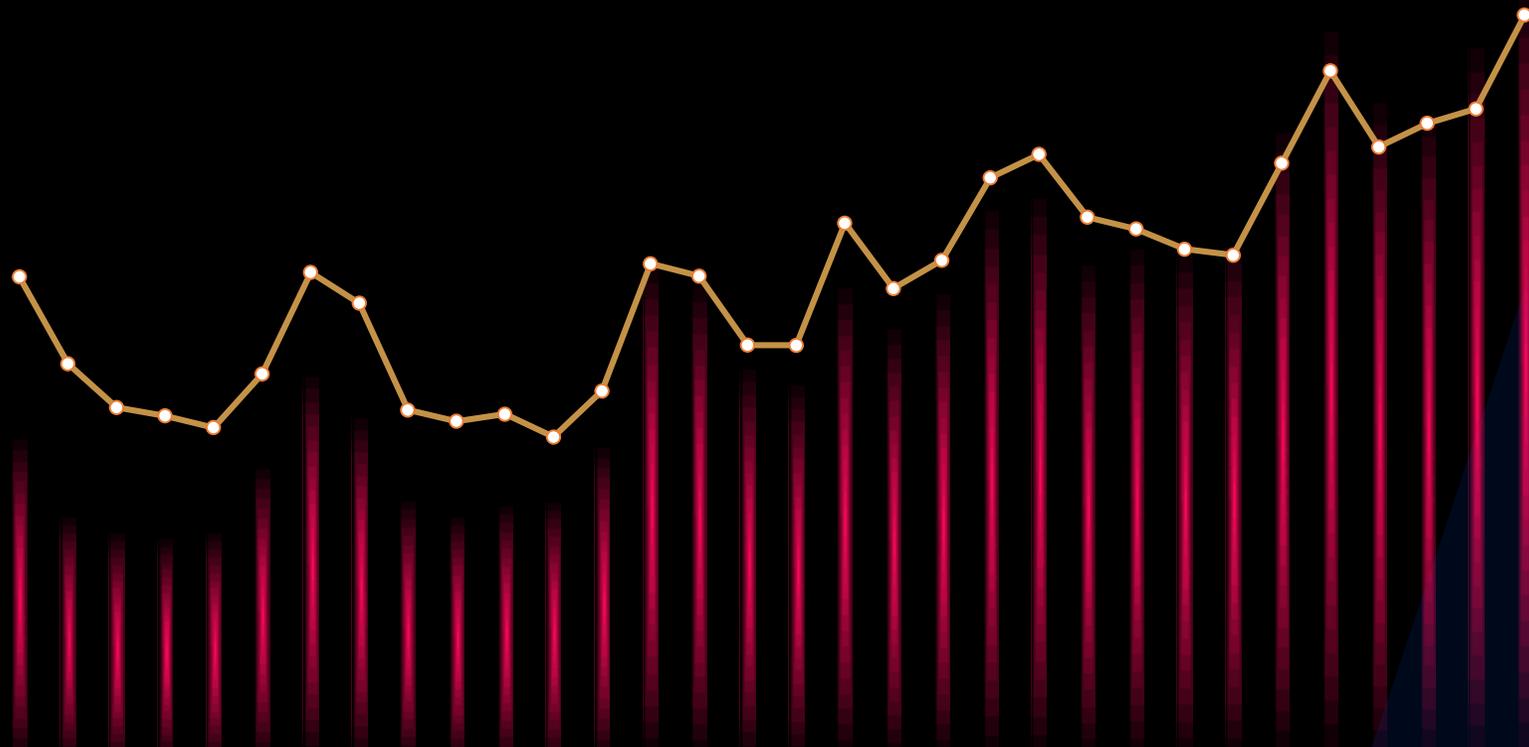


2020

THREE

大获全胜，经验分享

大获全胜-量级有效增长，KPI符合客户预期



消耗增长 **130%**

激活增长 **50%**

成本，留存，ROI均稳定在合理范围内

数据阶段：19年12月-20年2月

经验分享-攻守结合，与时俱进，多维度延伸促增长

攻守
结合

基于媒体**市场**和行业**环境**变化，西瓜投放强势规划

oCPX技术升级、5G促进视频化、AI智能投放、热剧合作引流

主打

oCPX多维对接
资源不断丰富
优劣对比多优化

加强

素材多维度丰富
视频多元化尝试
AI助力个性展现

布局

移动搜索发力冲
量
热剧引进品专助
力



若有产品疑问请联系您的销售/营销顾问
如需获取360商业产品最新动态
欢迎关注微信公众号：360营销学苑
或 登录yingxiao.360.cn