

# 红星二锅头

## 以大数据+技术唤醒年轻人心中的红星

- ◆ 广告主：红星二锅头
- ◆ 所属行业：白酒
- ◆ 执行时间：2018.07.02-11.10
- ◆ 参选类别：大数据营销类

# 红星二锅头程序化创意与智能传播规划

## 唤醒每个人心中的那颗红星

首创白酒行业以AI技术为主要手段的创意生成及优质广告精准投放模式 **创意**

### 项目背景

曾经，为新中国献礼而生的红星二锅头，是老百姓餐桌上必备的当家酒。

而如今，红星二锅头面临着行业竞争激烈、消费受众逐渐老化等困境，在传播上渠道老化和核心人群难沟通等问题明显。

### 挑战

如何帮助红星二锅头进行年轻化传播，直击目标核心人群，实现有效沟通？



《人生自有诗意》

红星二锅头雷海为品牌宣传片

微博话题#为什么你的梦想只是梦#

阅读量：2060万+

讨论量：4万

《梦想征程》

红星二锅头张丰毅产品宣传片

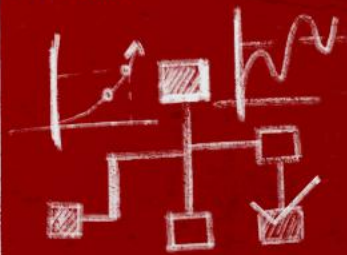
#### AI+洞察



进行日志级人群洞察，精准定位红星核心人群，捕捉实时动态变化；

结合当下品牌和产品形象，全方位、多维度评估代言人，从王旭到雷海为，张涵予到张丰毅，推动品牌升级。

#### AI+投放



自动释出最优策略，进行全局和实时局部优化；  
自动组合最优素材，提升投放效果。

#### AI+数据



存储回流数据，通过AI智能营销平台进行处理分析和沉淀，指导后续投放，实现复利。

### 效果

提升投放点击率**50%**以上，终端引流较常规投放提升8倍，转化效果立竿见影；

人群浓度大幅度提升，实现重点市场覆盖，并积累超过**2000万**有价值的人群数据，增值数据资产，反哺未来投放，使投放更加精准；

社交媒体互动超**2000万**，热度居高不下，有效提升品牌知名度。



## 渠道和人群的转变-广告主面临的严峻挑战

曾经，为新中国献礼而生的红星二锅头，是老百姓餐桌上必备的当家酒。

而如今，红星二锅头消费受众逐渐老化，在传播上面临着渠道老化和核心人群难沟通等问题。

### 靠山山会倒 红星的电视传播阵地受创

### 靠人人会跑 红星精神如何持续传递新人群



**电视媒体收视率下滑**  
电视市场收视持续下滑，媒体竞争逐年加剧



**电视受众老龄化**  
45岁以上的人群占据了电视受众的一半以上



**国家品牌计划被质疑**  
“国家品牌计划”不被国家承认，之前入选企业也备受争议



红星自13年开启了年轻化传播，但年轻人群一直在不停的变化，企业的传播如何跟进目标人群的变化？



**避免企业在传播中自嗨！**

“每个人心中都有一颗红星” 红星精神到底怎么传播，传播给谁听？

红星二锅头90%的投放费用都在传统媒体，其中央视是红星投放的最大阵地。  
受创之后该用什么方式与消费者沟通？

# 项目目标

帮助红星二锅头进行年轻化传播，直击目标核心人群，实现有效沟通

## 大数据+技术AI突破困境 唤醒年轻人心中的红星



### 程序化投放：从选点位到选流量

以大数据为核心的程序化投放  
帮助广告主重新找到人群



### 人群洞察：从数据洞察人群关注点

通过数据化的人群洞察，寻找共同价值观  
寻找传播借势点



#### 动态洞察

数据洞察人群动态变化



#### 精准传播

动态优化传播持续提升



#### 智能优化

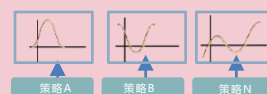
数据回流智能分析优化策略

#### 数据能力+标签体系建模



数据建模-权重建模分析TA人群

#### 机器学习 (AI) 生成策略



通过过往项目机器学习，自动  
生成优化策略并进行动态测试

#### 大数据自动回流智能分析

特征提取 降噪模型 分析类别



## 首创白酒行业以大数据为主+技术AI辅助为手段的创意生成及优质广告精准投放模式

### 从内容洞察、媒介管控与数据计算三大维度全面帮助红星品牌年轻化

#### 内容板块

#### 大数据+洞察

##### 大数据人群动态校准

- 目标人群实时洞察（日志级更新）
- 设定人群变化临界值，人群洞察结果变化超出临界值，机器自动提醒

# 1

#### 媒介版块

#### 大数据+AI

##### 程序化投放机器学习

- 人工设定初始策略
- 机器学习增加策略丰富性
- 机器自动化测试各策略效果
- 选择最优策略进入下一测试阶段

# 2

#### 数据板块

#### 大数据+云生态

##### 自动化数据处理与智能分析

- API回流投放数据
- 数据的清晰及标签化
- 数据的分布式存储
- 数据的可视化应用
- 链接PDB投放工具，实现数据的再利用

# 3

## 内容指导：大数据+洞察



## TA人群动态变化追踪，确定年轻人群偏好

### 日志级人群洞察解析维度

<b>基本属性</b> 年龄、性别、学历...	<b>地理位置</b> 省份、市区
<b>触媒习惯</b> App类别 使用行为	<b>应用偏好</b> 浏览行为、内容偏好 车辆偏好、产品评价
<b>消费偏好</b> 兴趣爱好 生活形态 消费品类 .....	<b>设备属性</b> 设备属性 终端信息

### 人群精度动态校准

#### 数据评估-历史后端TA来路分析



#### 数据建模-权重建模分析TA人群

Interest	权重	判断
搜索了关键词“红星二锅头”	高	精准目标人群权重+5
用户手机中安装了酒仙网、也买酒等APP	中	饮酒特征人群权重+2
搜索过酒类关键词、近期有浏览过酒类电商网站	弱	目标群权重+1

### 红星人群标签变化





## 内容指导：大数据+洞察



## 大数据筛选品牌故事讲述人 为品牌升级赋能

从张涵予到张丰毅，明星的辐射力度更强



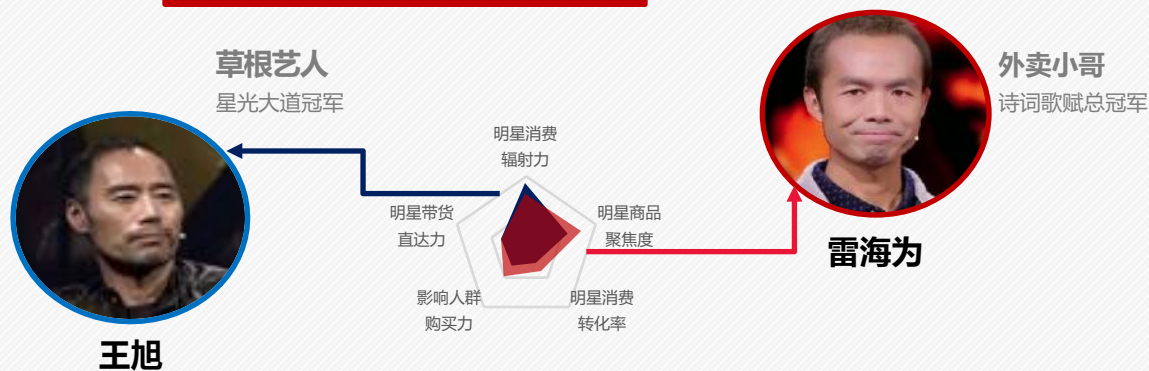
从王旭到雷海为，追逐更具热点的草根英雄



## 内容指导：大数据+洞察

## 大数据筛选品牌故事讲述人 为品牌升级赋能

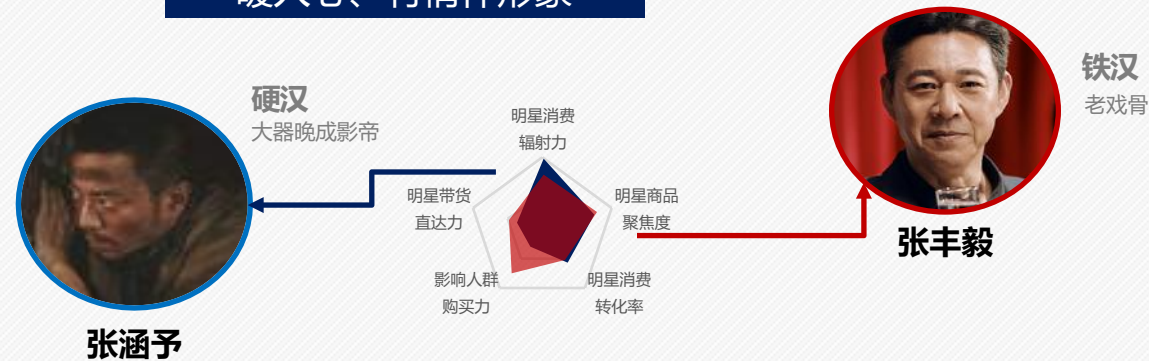
### 平民化形象



### 传播红星精神品牌形象



### 暖人心、有情怀形象



### 传播红星品质产品形象

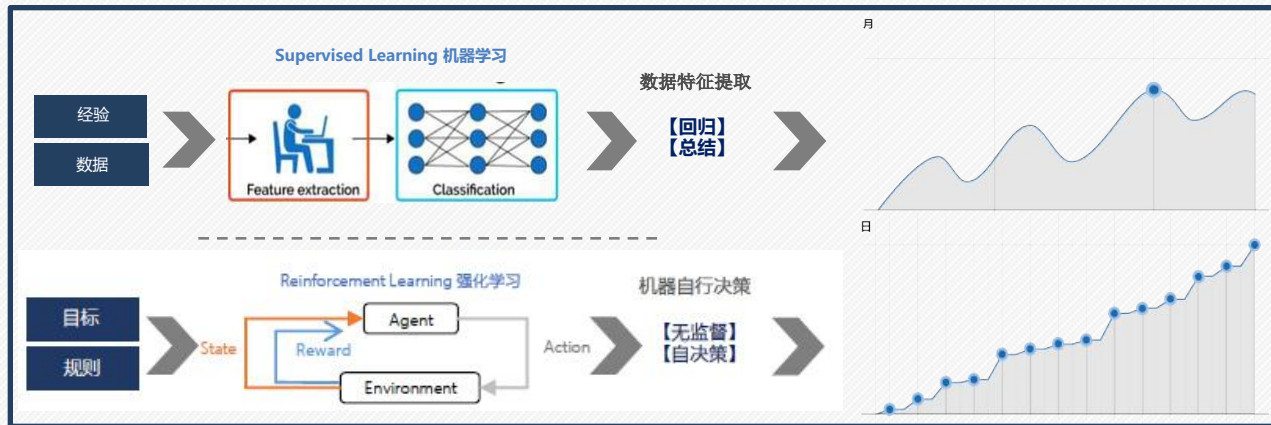




## 投放指导：大数据+AI优化

## AI模式下PDB投放策略自适应调整

品牌故事片选择PDB形式传播，媒体含有西瓜视频、今日头条、搜索视频、爱奇艺等，采用AI机器学习+强化学习的方式生成人群策略并在投放中自行优化。



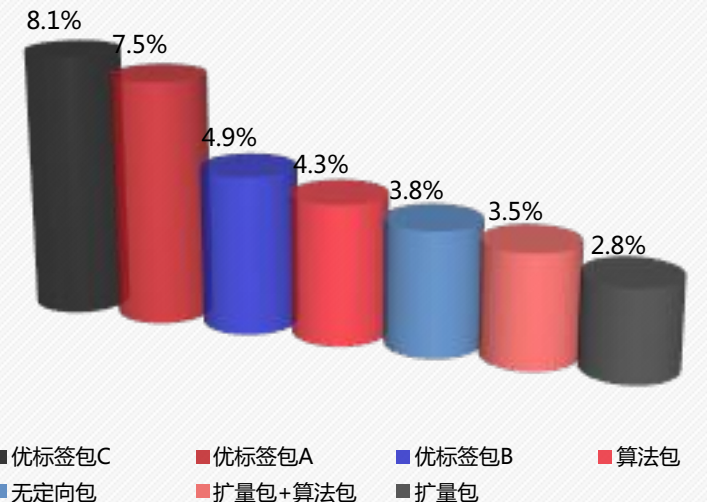
### 【全局最优策略】

寻找全局最优解的资金和时间成本巨大，最终平均效果也很一般

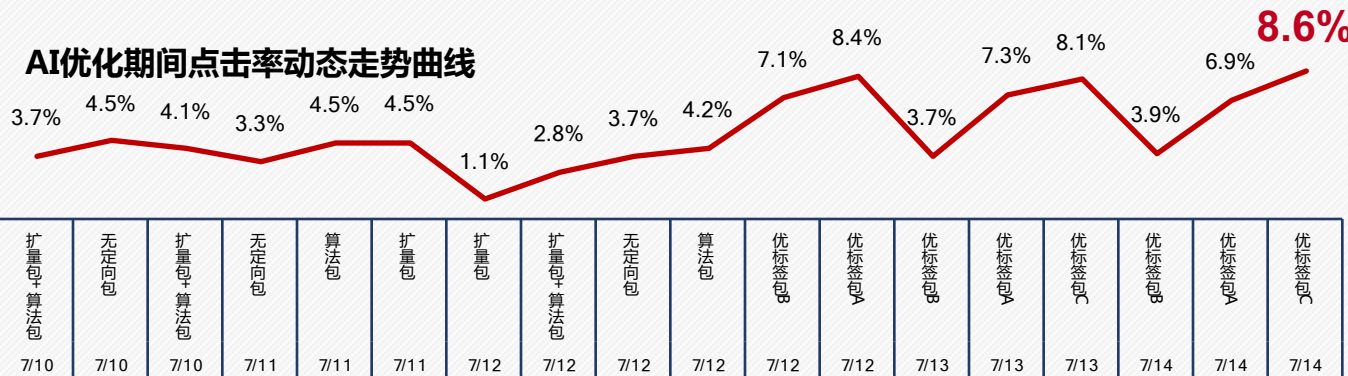
### 【局部最优策略】

整个传播过程中不论处在哪个阶段，效果都是阶段性最优的，从而实现整体效果最优

### AI生成的主要策略包的平均点击率

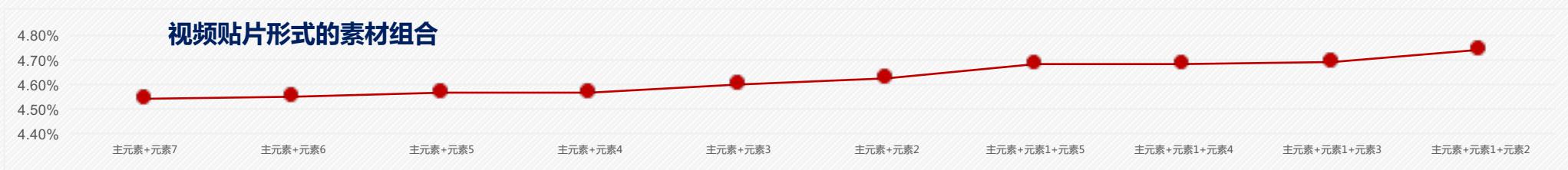
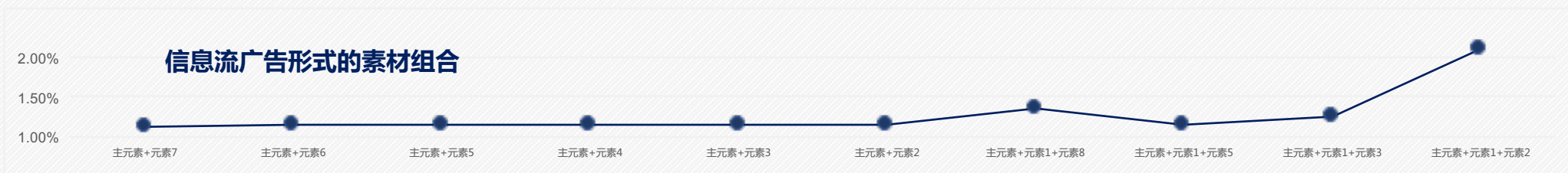
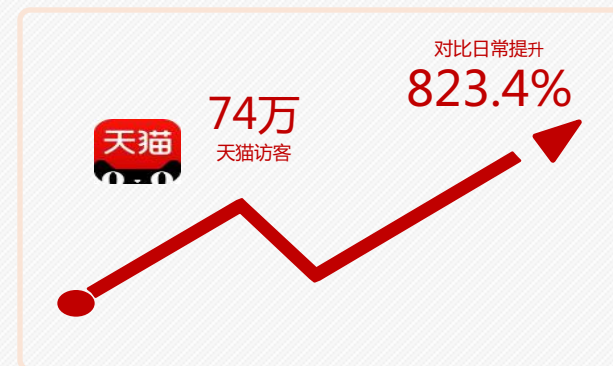


### AI优化期间点击率动态走势曲线



## 投放指导：大数据+AI优化

## AI模式下视频素材各创意元素的自动组合



## 数据应用：大数据+云生态

回流数据通过云计算处理，指导品牌和媒介





## 大数据+技术（AI与程序化）投放管理

### PLAN

#### 计划

- 目标人群动态校准
- 历史营销数据分析
- 行业营销数据分析
- 媒体点位价值分析
- 传播效果预估

### Do

#### 执行

- AI程序化创意
- AI人群策略自适应
- 千人千面素材适配

### CHECK

#### 监测

- 传播数据监控
- 数据校验及策略反馈
- 数据异常预警及排查

### ACT

#### 优化评估

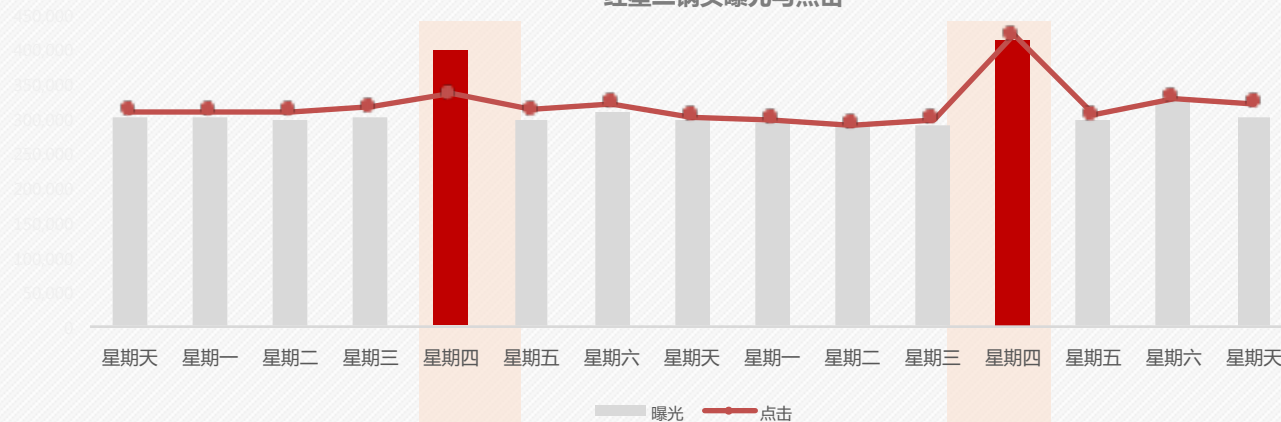
- 传播效果多维度评估
- 数据云计算（清洗-标签化-分类-存储-可视化洞察及PDB调取）
- 品牌内容创意指导
- 媒介策略投放优化

## 项目亮点

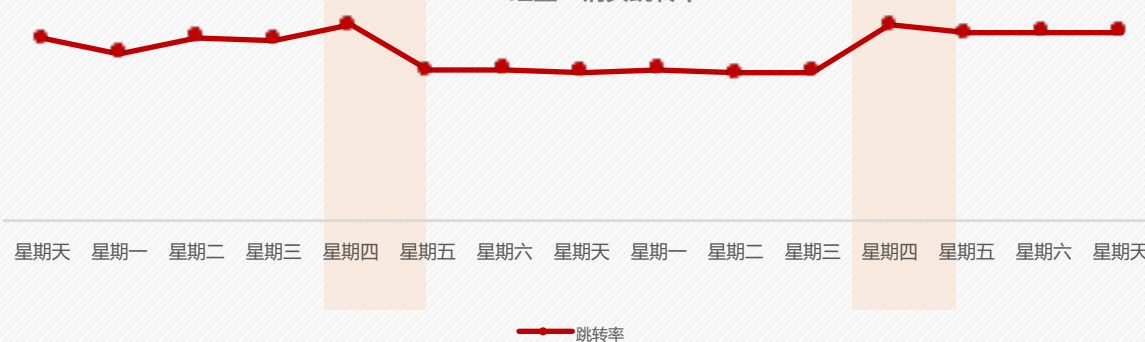
## 周四现象——AI优化下的发现

“周四现象”——数据发现每周周四的曝光与点击、转化都是最高的  
最高视频转化率达到78.09%

红星二锅头曝光与点击



红星二锅头跳转率



### “周四现象”形成的原因洞察

接近消费

红星的产品主要是家庭和聚会消费，时段集中在周末，对于有饮酒需求的用户可以周四提前电商下单

兴趣提升

周四临近周末，用户心态会放松，消费倾向会加重，对广告的容忍也会提升

TA提升

投放中发现，周四周五时段，目标人群（男性、25~45岁人群）在全量中占比会提升，因此可优化的TA基数变大

热点更新

视频网站一般周三会进行大剧的更新，因此周三周四时段流量的基数变大，可甄选的TA增多

## 项目效果

西瓜视频平均点击率4.5%以上  
今日头条平均点击率1.2%以上

通过超额完成曝光，帮助客户争取超过10万的免费资源

点击率提升50%以上

曝光完成度105%

微博互动2000万覆盖

微博#为什么你的梦想只是梦#话题阅读量2060万+，讨论量4万

人群浓度大幅度提升

PDB形式下人群浓度从18%提升到25%  
PD模式下人群浓度100%

持续创意图文/2个视频

帮助创意人员月度内容产出

数据积累2000万

通过传播回流超过2000万有价值人群数据

重点市场覆盖

红星重点销售市场投放占比超过3成

终端引流74万

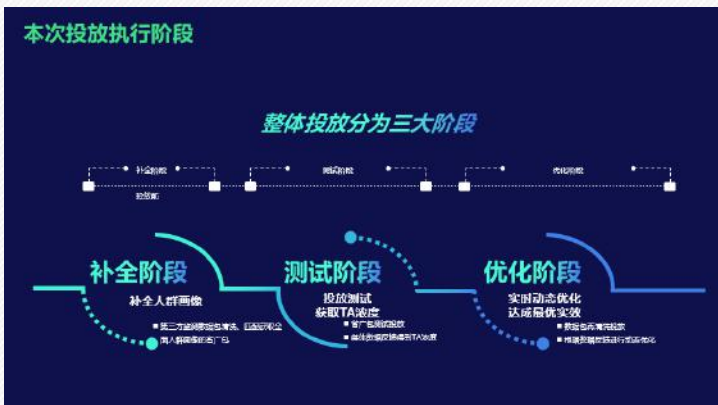
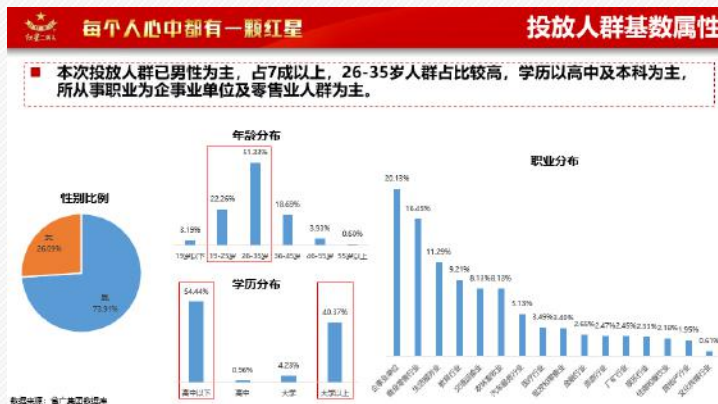
天猫到站落地页74万，比常规引流效果提升8倍





## 项目效果

## 效果持续提升，人群与预设TA相符



## 项目效果

### 2018年10月PDB项目结束后，来自红星客户的反馈：

在红星邀请张丰毅做故事讲述人的契机下，通过PDB投放提升了红星品牌传播的效果

- (1) 提升投放点击率50%以上，终端引流较常规投放提升8倍，转化效果立竿见影；
- (2) 人群浓度大幅度提升，实现重点市场（五省）覆盖，并积累超过2000万有价值的人群数据，增值数据资产，反哺未来投放，使投放更加精准；
- (3) 张丰毅项目与雷海为项目累计社交媒体互动超2000万，热度居高不下，有效提升红星精神在年轻人群中的传递。

### 与红星的后续合作跟进：

2019年，省广依然是红星二锅头的品牌及媒介策略代理公司，在央视、网络传播中，提供策略、购买、技术等服务。