

大众点评-婚纱摄影欢购节

- ◆ 广告主: 大众点评
- ◆ 所属行业: 网络服务
- ◆ 执行时间: 2018.10.19-10.28
- ◆ 参选类别: 大数据营销类

背景

大众点评是中国领先的本地生活信息及交易平台，也是全球最早建立的独立第三方消费点评网站。10月份是婚纱摄影的营销高峰期，大众点评推出的“婚纱摄影欢购节”如何在众多交易平台中脱颖而出，实现推广效果的最大化，成为此次营销的关键。美图拥有3.5亿月活用户，其中女性用户约2.8亿，DMP人群包119个，备婚人群月活约212万，与此次大众点评-婚纱摄影欢购节的目标客户高度契合，同时，美图深入人心的拍照功能也与“婚纱摄影欢购节”天然匹配。

目标

通过婚纱摄影欢购节的精准推广，提高活动知名度与参与度，同时提升“婚纱摄影欢购节”的品牌好感度。

优惠活动



0元抽豪华钻戒



大牌正品1元抢



两大优惠活动紧抓备婚人群的心理，同时利用精美的结婚照画面引导用户进入页面，引发用户共鸣，提升产品曝光度及好感度，完成最终的目标转化。

开屏



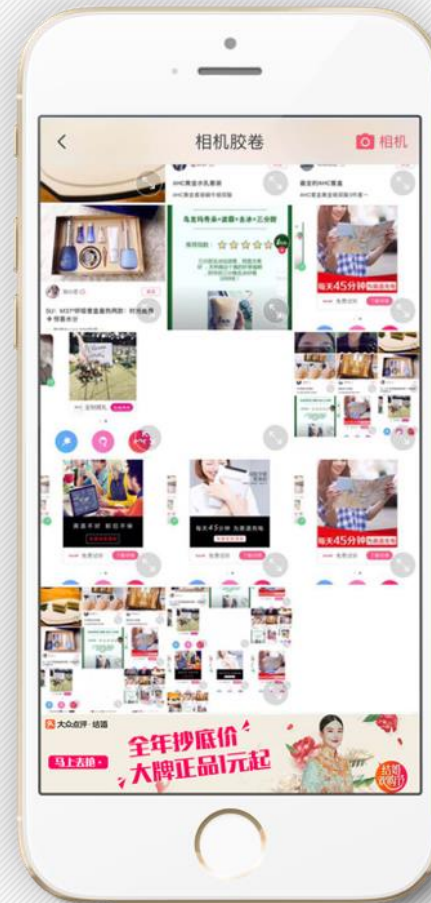
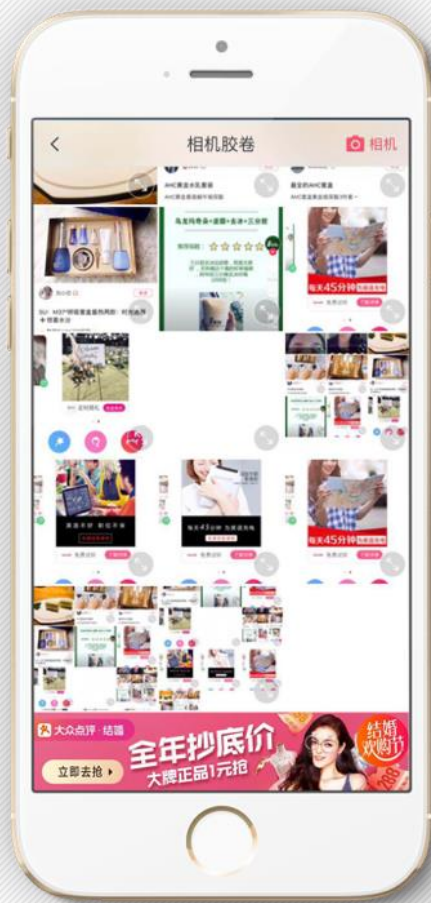
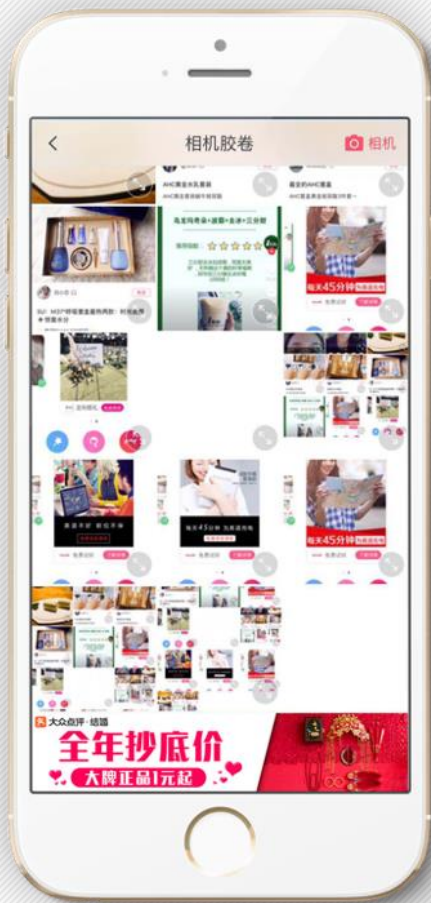
首页icon



保存分享页



照片选择页



高质量女性用户

DMP人群数据包



美图月活3.5
亿



女性用户
约2.8亿



DMP人群包
119个



备婚人群月活
约212万



通过大数据支持和消费者心理洞察，精准影响目标用户，扩大品牌及产品知名度，实现效果推广利益最大化。

结婚欢购节活动数据：总曝光约**7562万**，总点击约**77万**。

美图拥有3.5亿月活用户，其中女性用户约2.8亿，DMP人群包119个，备婚人群月活约212万，与此次大众点评-婚纱摄影欢购节的目标客户高度契合，同时，美图深入人心的拍照功能也与“婚纱摄影欢购节”天然匹配。此次合作为更多品牌客户深挖美图**女性用户价值**和**平台影像优势**提供了更多思路。