

联想ThinkPad X1 Carbon新品上市营销

- ◆ 所属行业：数码
- ◆ 执行时间：2019.07.10
- ◆ 参选类别：效果类

- *背景介绍*

笔记本电脑行业近年来最显著的一个变化：当笔记本电脑从曾经的奢侈品逐渐蜕变成大众消费品时，市场基础一下就扩大了数倍。如何在保持笔记本区别于台式PC，拥有一定高端品牌形象的同时，也让市场占有率随之增加，就成了所有厂商要面临的选择。

- *整体目标或阶段目标*

通过精准定向目标人群以及海量媒体资源进行品牌曝光，为联想ThinkPad X1 Carbon新品上市打响知名度，同时为京东以及官网引流。

- 如何用数据来制定营销策略？（如有不同的策略组合，请写清每个策略是怎么应用数据的？
如用户洞察、媒介、创意、执行等）

目标人群描述



- 他们年龄在25-39岁之间，男性为主，是具有高购买力的高端商旅人群；
- 他们经常需要出差，需要一个便携且高效的笔记本满足自己的工作需求；
- 他们工作压力较大，十分注意养生与身体保养；
- 他们追求生活品质，对于日常生活的细节要求极高；
- 他们关注高端汽车、奢侈品、财经资讯等，经常在线上浏览相关信息；
- 他们最近频繁浏览笔记本信息，对笔记本有刚需

与普通差旅人群的区别：高收入、高购买力，高端汽车、奢侈品消费人群，注重生活品质和身体保养

根据推广需求，以下两类人群将成为我们覆盖的重点

目标人群



高端商务本关注者

- 他们近期关注过高端商务本信息
- 近期频繁对比各个笔记本品牌，正处于品牌决策阶段

高端商务本品牌、品线、性能、技术关注者

- 网络关注联想，苹果，戴尔，ThinkPad，ThinkPad X系列，MacBook，闪充电，长续航，超轻薄，指纹识别，人脸识别，超窄边框等内容



高端商旅人群

- 他们可能经常出差，拥有稳定的工作和较高的收入
- 关注时政、高端汽车、奢侈品、财经资讯等，对生活品质要求较高

奢侈品、高端汽车等客户，广告投放覆盖人群

- 马爹利、奔驰、路虎、大众等Across服务过的客户，广告投放覆盖的高端人群

差旅、理财投资、奢侈品、高端汽车等关注者

- 网络关注差旅，航空，酒店，奢侈品，高端汽车，理财投资，高尔夫等内容

特征

人群定义

投放策略

精准人群定向



精准定向“高端商旅人群”和“高端商务本人群”进行投放

+

优质媒体曝光



优质媒体资源广泛曝光联想ThinkPad X1 Carbon产品信息

+

实时优化调整



投放过程中实时观察数据表现，不断调整人群标签、时间等维度，提升投放效果

7.15-7.17

- 投放初期，对媒体进行数据积累，观察并选择出点击转化较好的媒体；
- 前期对“高端商务本人群”及“高端商旅人群”两类人群采取了1:1量级投放，积累两类人群的表现，后期会根据表现较佳的人群加大投放量

7.18-7.25

- 分析投放的分时段数据，减少夜间2:00-8:00的表现一般的时段流量根据后端数据反馈，20-21日两天早上8:00-9:00时间段的流量占比超过全天的30%，排查问题，当天做出系统调整，开启夜间流量，但是降低夜间整体量级；
- 分析人群，发现“高端商旅人群”有后续下单转化，增加此类人群流量；
- 重点关注“高端商旅人群”数据，且为了提升更好的转化，加大17:00-23:00的晚间高峰流量，预计控制在全天流量的40%左右

7.26-7.31

- 增加通投人群，观察其数据表现；
- 根据上一阶段数据表现，保持减少夜间2:00-8:00的流量，并增加晚间17-23点流量；
- 根据上一阶段数据表现，增加“高端商旅人群”投放量级

- 与传统营销案例相比，数据运用上的亮点是如何体现的？
- 在数据运用上有哪些创新？（技术、内容和媒介选择等方面）
- ✓ 本次投放中精准的定向了 **“高端商务本人群”** 和 **“高端商旅人群”**，同时选择了与目标人群高度匹配的**优质app资源**，投放中实时的观察数据表现，不断的进行人群标签、时间等**优化调整**，最终实现了良好的广告投放效果；
- ✓ 从**人群**表现来看，**“高端商旅人群”**有**订单转化**，效果最佳，经优化，最终“高端商旅人群”和“高端商务本人群”CTR均高于“通投人群”；
- ✓ 从**媒体**表现来看，本次甄选的优质媒体中，**新闻、工具、体育、影音娱乐类媒体CTR表现最好**；
- ✓ 从**时段**数据表现来看，**早9:00及晚18:00**为流量高峰，**曝光量大**；**晚17:00-23:00**的**点击转化效果优于其它时间段**。

本次投放**各项KPI均超额完成目标**，曝光完成率**117.06%**，点击完成率**144.54%**，**CTR 2.71%**，**ROI=0.41**。从数据表现看，受众人群符合联想X1项目TA，通过本次投放，积累了X1笔记本关注者，为下次投放做好数据累积。