

2024年1-3月 Air You耳机程序化投放方案

BY Hylink 2023年12月





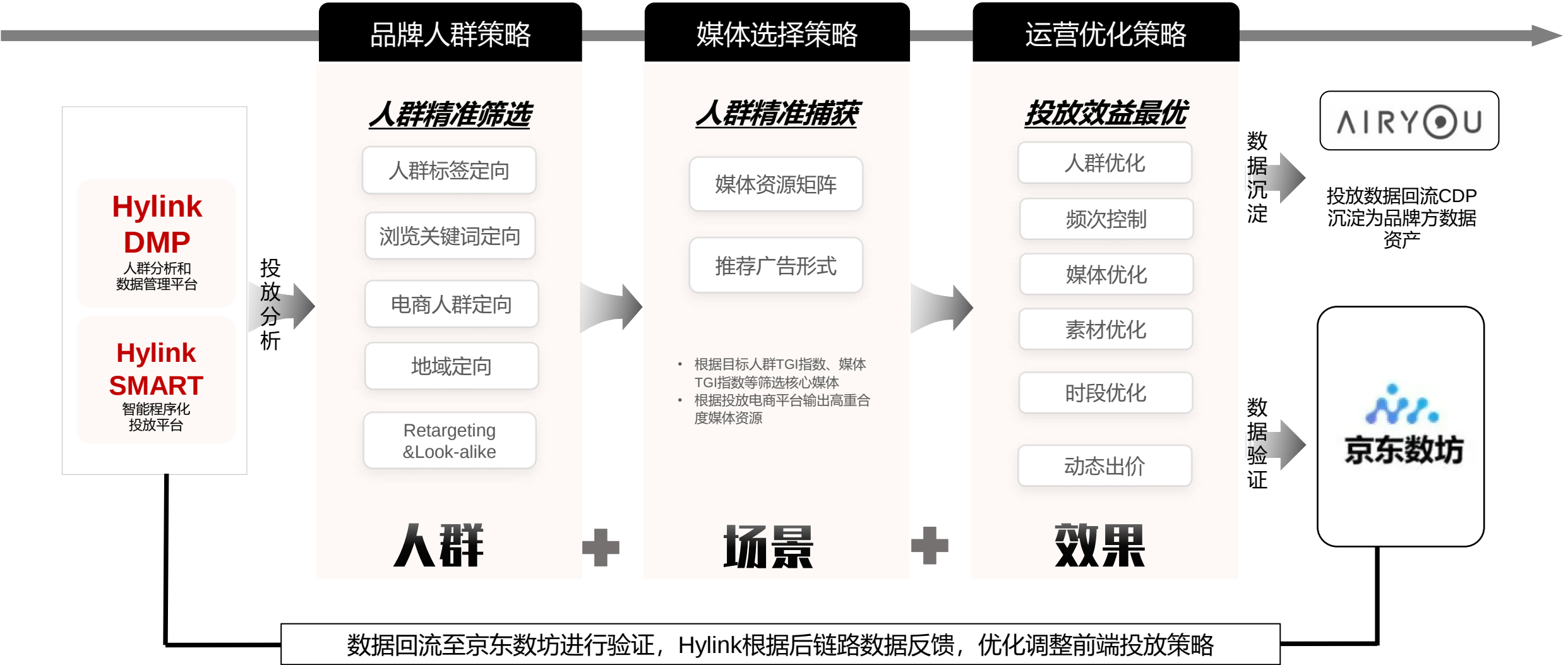
本案投放目标

借助Hylink科技程序化投放的精准营销优势，在1-3月向**25-40岁目标人群**推广**Air you耳机产品**，增加**品牌产品曝光度&认知度**，并引流目标人群至**京东旗舰店**，打响新年营销开门红首战！





整体投放策略





项目投放节奏

	测试蓄水期 (1月15日-2月10号)	种草加热期 (2月11号-2月29日)	快步冲刺期 (3月2日-3月31日)
	投放开始		投放结束
	京东年货节	春节/情人节/元宵	38女神节
预算分配	25W	15W	10W
阶段目的	广度覆盖，探测高意向人群 为后期多维度数据优化积累数据	稳步放量，访客找回 持续保持用户对产品的关注度，提升到店与加购	高意向人群重定向，加入竞品购买人群 重点提升转化，争取GMV小高峰
人群策略	基于品牌产品调性，优选 音乐爱好者 进行投放， 高曝光提升广告记忆度 年龄：25-45岁 男：女=6：4 地域：一线城市 个人月收入：8000元+	对阶段效果表现好的人群持续追投，同时对测试 阶段的 广告点击人群找回再投放 ，提升种草效率 年龄：25-45岁 男：女=6：4 地域：一线城市 个人月收入：8000元+	锁定 竞品购买人群 ，同步 拓展相似人群进行投放 提升广告点击与转化 年龄：25-45岁 男：女=6：4 地域：一线城市 个人月收入：8000元+
广告形式	静态开屏+视频信息流+图文信息流		
投放媒体	基于目标人群触媒习惯，筛选主流媒体加大曝光： 视频娱乐类/音乐音频类/社交新闻类	基于测试阶段数据进行媒体调优，快速筛选出最优 组合（媒体+人群+创意）， 保证投放期间产品热度	根据前期投放的媒体数据，关停广告点击率低和转 化差的媒体投放， 重点投放转化效果好的媒体
素材策略	① 针对目标人群 日常使用场景 ，或 主推产品优势 功能设计多套素材 ，测试不同素材的受欢迎程 度； ② 配合平台节点活动，素材设计上突出 活动时间 、 促销力度 等关键信息，吸引点击；	① 结合春节/情人节等节点活动，调整广告素材， 以 节日送礼场景、优惠促销 等信息吸引点击； ② 利用Hylink素材 A/B test系统 的算法自动优化创 意投放，系统基于实时点击率数据下发高点击 率素材；	① 高点击率创意素材 追投 ，进一步提升转化； ② 不断探测人群对于素材的喜好程度，针对高点击 率及高转化率素材 采取扩充和使用 ；
优化策略	① 启用反作弊系统层层过滤掉异常/低点击率流量，帮助投放实现更高的点击率；同时，依托自有数据，识别异常设备，减少广告预算浪费 ② 实时监测项目链路，动态预判链路异常；		



Hylink多维人群定向策略，实现精准触达AIR YOU耳机高需求人群

定向人群	定向策略	定向逻辑	定向标签
 Air you耳机 品牌目标人群	人群标签定向	基于Hylink构建的人群标签体系进行定向，Hylink人群标签体系是Hylink利用人群算法对第一方数据、第三方数据、媒体数据、三方DMP数据、历史投放数据等加权计算分析后标记的人群标签数据；	• 年龄：28-45岁 性别：男：女=6：4 • 城市：一线城市 月收入：8000+ • 人群类型：音乐爱好者、竞品人群等
	浏览关键词定向	基于Hylink战略合作的资讯类媒体、阅读类媒体回传的用户搜索词和浏览关键词进行的定向策略；	• 行业词：影音娱乐、数码配件、智能设备..... • 需求词：蓝牙耳机、降噪耳机、无线耳机... • 竞品词：苹果、索尼、三星、BOSE、beats等...
	电商人群定向	基于电商平台，如淘宝、京东、唯品会、拼多多，长期的广告合作积累了大量用户的电商产品浏览点击广告的数据，基于该数据筛选耳机/3C数码电商人群数据来定向	• 耳机兴趣人群... • 3C数码/智能装备/影音娱乐兴趣人群... • 竞品兴趣人群...
	APP定向	基于用户触媒习惯，锁定手机中安装了安装过视频娱乐类/音乐音频类等相关APP为目标人群，后续会对其展示广告；	• 视频娱乐类/音乐音频类/新闻资讯类...
	Retargeting& Look-alike	基于独家算法技术分析种子人群的特征，再通过机器学习，对种子人群进行相似特征的扩散 对某类特定访客进行二次找回	• 人口属性&人群兴趣&关键词&用户所处地域等

人群标签定向：基于Hylink DMP，初步勾勒AIR YOU耳机目标人群画像

音乐爱好者

- **年龄：**28-45岁 **性别：**男：女=6：4
- **城市：**一线城市 **月收入：**8000+

- **关注话题：**音乐新闻、艺人动态、音乐流派、流行音乐、古典音乐、摇滚、音乐综艺、音乐奖项、演唱会、现场演出、乐器演奏、明星歌手、音乐文化、音乐教育等
- **个人爱好：**乐器演奏、音乐创作、音乐收藏、音响设备、DJ派对、视频剪辑、短视频等
- **3C数码：**高保真音响系统、专业音乐耳机、录音设备、电子乐器、智能音响、音频处理器等
- **运动偏好：**舞蹈、慢跑、健身操、篮球、足球、普拉提、瑜伽、街舞、登山、滑板、游泳等
- **购物偏好：**耳机耳麦、唱片、黑胶唱片、智能音响、麦克风、MP3/MP4、音频线、MIDI 键盘、电子鼓、直播设备等
- **浏览关键词：**专业耳机推荐、音频设备购买指南、音乐活动日历、无损音乐下载、音频软件评测、电子乐器、专业音响论坛等
- **APP定向：**新闻资讯类、影视娱乐类、音乐音频类APP等

竞品人群

- **品牌竞品：**
- 苹果、索尼、Samsung、BOSE、beats、JBL、Jabra等
- **过往对以下品类广告感兴趣的人群：**
- -近半年在电商平台对air youer耳机高意向人群
- -近半年在电商网站对竞品同类型产品，如Apple AirPods系列、Sony WH-1000XM4、Galaxy Buds系列、Bose QuietComfort系列、Jabra Elite系列等高意向人群
- **APP定向：**
- 社交类、音乐音频类、影视类APP等



浏览关键词定向：基于用户浏览行为，有效锁定AIR YOU耳机高需求人群

在合作媒体上搜索/浏览过相关关键词，以及关注过相关内容的人群：**锁定AIR YOU耳机高需求人群，提升精准人群曝光效率，进一步电商导流；**



AIRYOU



品牌/产品相关关键词

AIR YOU
AIR YOU耳机
AIR YOU入耳式耳机
AIR YOU无线耳机
AIR YOU蓝牙耳机
AIR YOU陶瓷耳机
AIR YOU运动耳机
AIR YOU京东旗舰店
.....

产品特征关键词

舒适降噪
32H续航
大牌平替
入耳式
蓝牙耳机
陶瓷机身
法国设计金奖产品
多设备连接.....

竞品相关关键词

Apple AirPods系列
Sony WH-1000XM4
Galaxy Buds系列
Bose QuietComfort系列
Jabra Elite系列
.....

行业相关关键词

3C数码
影音娱乐
智能装备
数码配件
笔记本
手机配件
.....

电商人群定向：行业及类目人群精准定向，追踪高关联人群，提升转化效率

电商人群标签定向

➤ 产品兴趣人群：

蓝牙耳机、降噪耳机、无线耳机、运动耳机、入耳式耳机、长续航耳机、大牌平替耳机、设计款耳机等

➤ 竞品兴趣人群：

苹果、索尼、三星、BOSE、beats、JBL、Jabra等

➤ 跨品类兴趣人群：

3C数码/影音娱乐/智能装备/数码配件
笔记本/手机配件/游戏装备等

四大电商平台**2亿**年消耗



站外数据积累，形成专属人群包

智能分析

媒体/广告形式/素材文案/落地页链接等

通过数据抓取
形成电商标签

兴趣偏好

人群属性

品牌竞品

兴趣商品

兴趣品类

上网习惯

媒体偏好

其他

Air you
品牌投放专属
电商人群数据包

地域定向：锁定一线高消费力城市大曝光，后期根据投放效果合理分配城市投放比

➤ Hylink科技地域定向优势：利用广协IP进行地域判定，实现精准的地域识别，可达到地域判定精准度 **99%**;

探测期

一线城市

(北京、上海、广州、深圳、成都、重庆、杭州、武汉、苏州、西安、南京、长沙、天津、郑州、东莞、青岛、昆明、宁波、合肥)

起量期

基于效果表现实现分层管理

第一梯度：A/B/C/D...等城市

第二梯度：E/F/G/H/I/J...等城市

第三梯度：L/M/N/O/P/Q...等城市

效果表现
最优城市：
加大投放量级

效果表现一般城市：持续优化

效果表现较差城市：严格控量

不断探测高需求城市



聚焦AIR YOU耳机品牌核心目标人群特征，推荐匹配媒体和广告形式策略

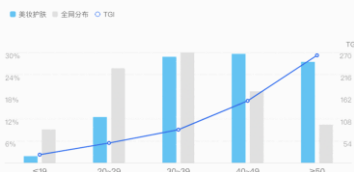
目标人群

目标人群特征

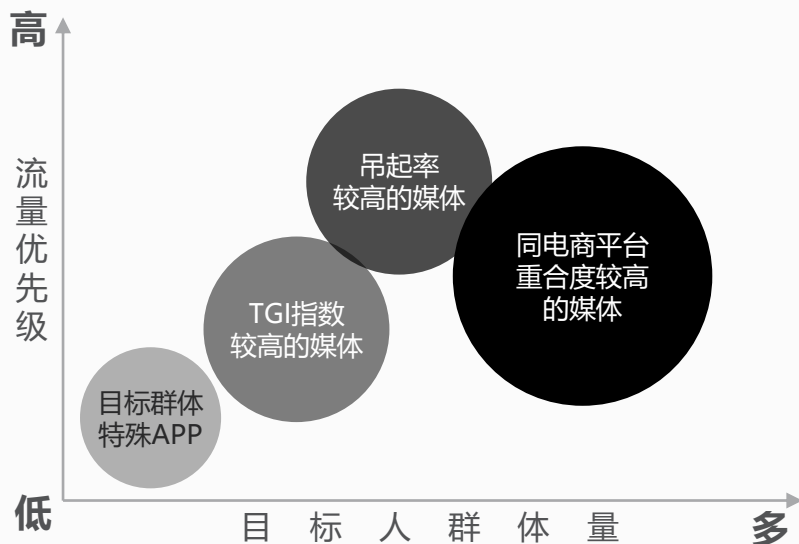
基础属性
人群地域
消费水平
.....

教育程度
兴趣爱好
购买倾向
.....

目标人群TGI指数



媒体选择策略



匹配媒体和广告形式

- 丽人美容
 - 社交直播
 - 在线视频
 - 健身运动
 - 娱乐搞笑
 - 在线阅读
 - 金融理财
 - 办公管理
 -
- OTT
 - OTV
 - 开屏
 - 信息流
 - Banner
 - 暂停
 - 贴片
 - 弹窗
 -

Hylink DMP人群数据+ Hylink SMART投放数据



品牌人群策略

媒体选择策略

运营优化策略

优选头部主流媒体&目标TA高覆盖率APP，辅以黄金点位资源聚客引流

媒体类型	媒体名称	静态开屏	图文信息流	视频信息流
视频娱乐	优酷视频	√	√	√
	腾讯视频	√	√	√
	爱奇艺	√	√	√
	芒果TV	√	√	√
	韩小圈	√	√	
音乐音频	喜马拉雅	√	√	√
	网易云音乐	√	√	√
	QQ音乐	√		
	蜻蜓FM	√	√	√
社交新闻	豆瓣	√	√	√

静态开屏

*黄金第一眼，视觉冲击力强



视频信息流

*声画俱佳凸显产品优势



图文信息流

*渗透式触达，用户浏览伴随



备注：媒体流量存在波动情况，若要指定媒体投放请提前咨询库存

运营优化策略：围绕不同投放阶段目标及时调优，以最优组合精准引流电商

探测蓄水期

1.15-2.10

种草加热期

2.11-2.29

快步冲刺期

3.2-3.31

优化
目标

品牌大曝光
重点打覆盖

第一阶段点击人群找回
持续种草，电商引流

高意向&竞品人群加入
ROI转化销量提升

优化
策略

- **人群定向**：分析**音乐爱好者**目标人群特征，包括但不限于性别、年龄、地域、兴趣爱好、浏览习惯、购买偏好、APP偏好等；
- **媒体策略**：筛选新闻资讯类+音乐音频类+影音娱乐类中**主流媒体APP**，及动静结合的资源点位
- **频次控制**：1次
- **素材策略**：建议多版本素材投放，探测人群对于素材的喜好度。**实时监控各目标人群的点击率**，通过人工和系统自动微调人群与媒体占比，点击率保持平稳提升。

- **人群优化**：在探测期投放数据基础上，积极运用模型对**高点击率用户**进行深入分析，并通过**lookalike**方法扩展更精准的目标人群；
- **媒体优化**：实时监控各人群和媒体的CTR表现，**对数据表现优异的媒体及形式增加投放量级**，对表现较弱的部分进行强干预控制；
- **频次控制**：3次
- **素材优化**：**节点活动+特定场景+优惠促销素材组合**，利用Hylink素材**A/B test**系统的算法自动优化创意投放，基于实时点击率数据下发高点击率素材，进一步提升广告效果；

- **人群优化**：在积累前期数据的基础上，针对**历史高点击人群、竞品购买人群**进行实时匹配定向，实现精准人群到店转化；
- **媒体优化**：根据前期投放的媒体数据，关停广告点击率低和转化差的媒体投放，**重点投放转化效果好的媒体**；
- **频次控制**：3次
- **素材优化**：高点击率创意素材**追投**，同时针对高点击率及高转化率素材**采取扩充和使用**，以实现投放效果最大化，确保项目KPI达成；

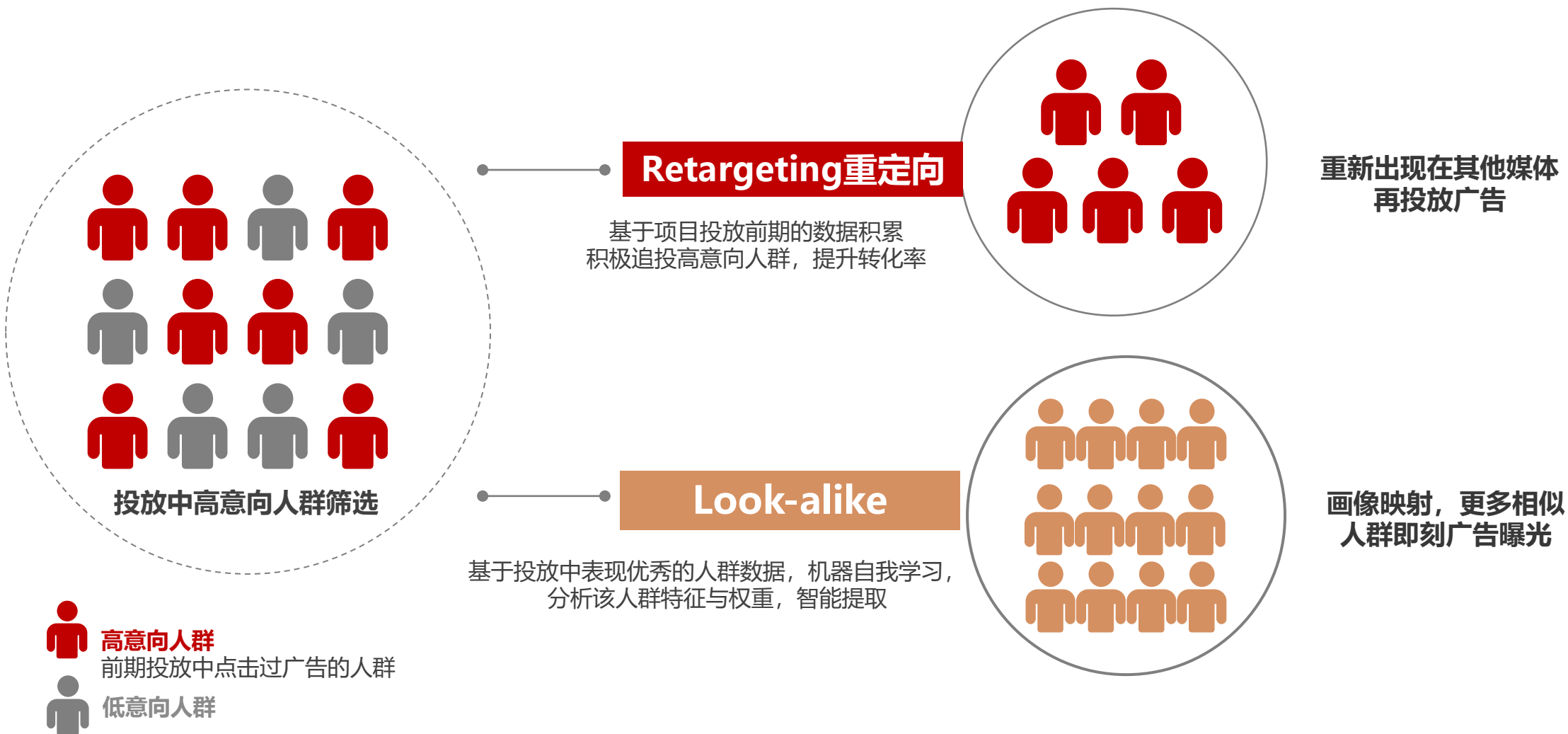


品牌人群策略

媒体选择策略

运营优化策略

人群优化：基于前期实际投放数据扩展，深挖有真实需求的高意向潜客





品牌人群策略

媒体选择策略

运营优化策略

频次优化：根据不同周期投放目标调整频控次数，精细化提升广告效果



根据不同周期投放目标，符合条件的目标用户设定频次控制
精细化管理每一分广告预算

探测蓄水期

1次/人/投放周期

——确保在投放周期内，最大化覆盖品牌目标人群

种草加热期

3次/人/投放周期

——加深品牌兴趣人群记忆度，提升种草拔草速率

快步冲刺期

3次/人/投放周期

——有效人群去重，以最佳媒介组合实现品效合一

第1次曝光



媒体：美柚
形式：开屏

第2次曝光



媒体：豆瓣
形式：信息流

第3次曝光



媒体：爱奇艺
形式：信息流

3次曝光已达成不会
再向其展示广告



爱奇艺

豆瓣

优酷

不再展示广告



品牌人群策略

媒体选择策略

运营优化策略

素材优化：多款素材同时投放，探测素材效果并修正优化，提升广告点击率

按时间投素材



排除工作时间进行投放

周末量级适当增加



按人群属性匹配素材



音乐爱好者-强调产品优势+特定使用场景

竞品人群-强调差异化优势带来的视听感受

按一定顺序播放素材



针对不同类型素材做轮播测试，对点击引流效果显著的素材加大投放量级

差异化优势
素材A

如：主推产品素材
+获奖信息，吸引点击



大促内容
素材B

如：年货节/春节大促优惠
高性价比，福利加码



特定场景
素材C

如：情人节/女神节场景送礼
+大促节点优惠，吸引转化



探测蓄水期

A/B
test

建议多版素材投放
进行人群对于素材喜好
程度的探测

种草加热期

根据前期投放情况，建议素材中需加强产品的营销利益点，
抢占受众注意力，对人群进一步引导转化。

- ✓ 确定热门素材方向
- ✓ 提供素材创意建议
- ✓ 分析热门素材元素
- ✓ 调整产品利益点

快步冲刺期

高点击率创意素材追投，同时针对高点击率及高转化率素材采取扩充和使用，
以实现投放效果最大化。



品牌人群策略

媒体选择策略

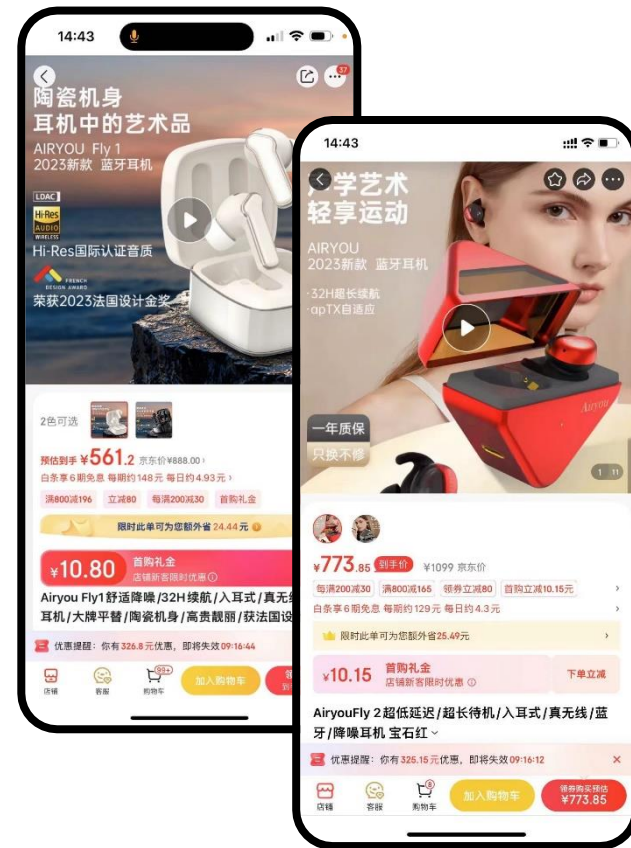
运营优化策略

短平快的电商引流链路，吸引用户互动点击，提升到店种草转化效率

静态开屏

(图文/视频)信息流

AIR YOU京东产品落地页导流



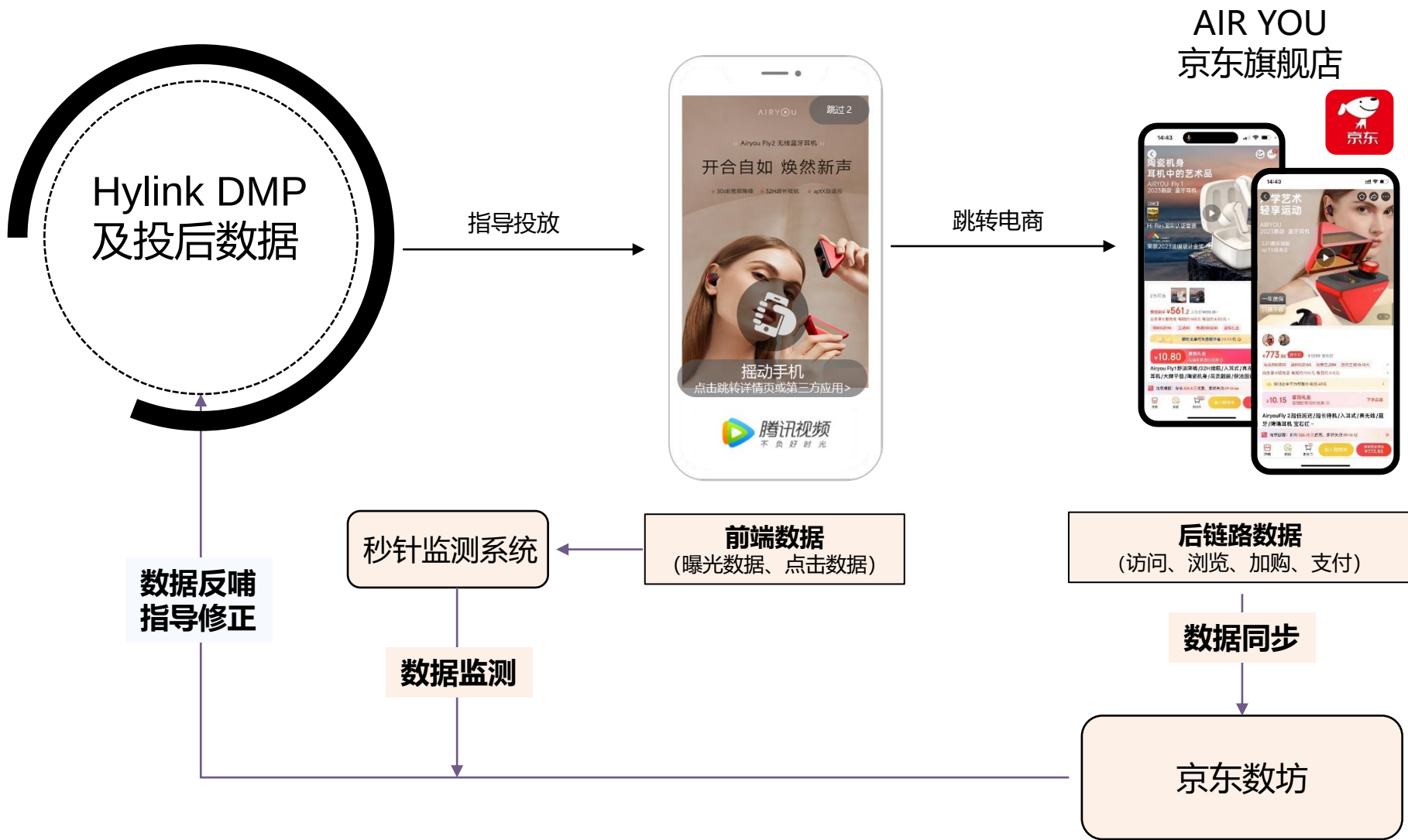


品牌人群策略

媒体选择策略

运营优化策略

投后效果验证：解决后链路转化盲区，基于后端数据表现进行投放策略调优



THANK YOU!

BY Hylink 2023年12月

