**从“撩客”到“聊客”创造高效“获客”新链路**

**广 告 主：**A.O.史密斯

**所属行业：**3C电子

**执行时间：**2020.07.21-10.15

**参选类别：**效果营销类

**营销背景**

大家电行业的业态：

客单价高，消费者决策周期长，很难直接通过数字化广告直接产生购买。

产品非标准化，无法购买后直接插电使用，往往需要量房、改造、勘测等定制化服务。

**营销目标**

A.O.史密斯此次投放的产品为高客单价的零冷水燃气热水器，通过品效协同的线上互联网数字化营销获客。在投放过程中既有品牌曝光获得消费者认知，又能帮助品牌收集销售线索完成私域流量沉淀，以及为经销商团队提供客资，跟进销售转化。

**策略与创意**

利用朋友圈创新广告形式“竖版视频”进行投放，竖版视频是目前互联网主流的创意呈现形式，A.O.史密斯也是腾讯广告家电行业首个利用竖版视频投放的客户，新颖的广告形态获得用户长时间的聚焦互动。

**执行过程/媒体表现**

**阶段一：竖版视频素材筹备**

以产品经理的角色，从消费者利益点出发，阐述消费者日常生活沐浴过程中使用燃气热水器的现实问题，热水忽冷忽热；产品经理进一步诠释A.O.史密斯零冷水燃气热水器的产品优势，能够直接解决消费者痛点。

**阶段二：投放前人群定向**

PDCA营销不断测试各个人群标签的点击效果，最终沉淀属于A.O.史密斯品牌的定制化精准人群。

使用AI智能投放方式oCPM，帮助品牌高效投放，降低投放成本，提升投放人效。

开启自动扩量，让精准投放不是一个“窄告”，而是精准的“广告”，扩展精准人群的流量池。

**阶段三：投放中落地页高效获客能力**

短视频种草“撩客”：使用互联网用户喜闻乐见的广告样式竖版视频，获得超高的视频完整观看率。

在线咨询“聊客”：在落地页使用“悬浮组件”，无论用户怎么滑动，“悬浮组件”始终固定在当前落地页底部位置，显眼且易于用户产生点击行为。

填表“获客”：获取销售线索的重要组件“表单组件”一定要放在落地页首屏最显眼的位置，便于用户填写。oCPM智能竞价的投放模式，“填写表单”是AI智能优化的第一目标。

**营销效果与市场反馈**

A.O.史密斯此次朋友圈竖版视频广告点击率超行业均值3倍；A.O.史密斯竖版视频落地页对比以往投放图文版落地页，此次落地页在线咨询点击率提升了3倍。A.O.史密斯朋友圈竖版视频样式投放，91%的用户观看落地页竖版视频超过50%视频时长，且83%用户完整观看完落地页竖版视频；综合填表用户数量以及在线咨询客服的用户数量，A.O.史密斯此次投放的获客成本低于行业均值65%。

<https://www.bilibili.com/video/BV175411H7rk/>

