

程序化广告赋能Edifier 实现品效双赢

成功案例

品牌客户 **EDIFIER** (漫步者)
代理机构 **Meetsocial Group** 飞书深诺
解决方案 第三方数据、网站定向、内容情景定向
The Trade Desk 的品牌意图推测工具
(Inferred Brand Intent)



广告投放成效

3倍

的详情页浏览量

67%

的添加购物车增幅

51%

的下单购买增幅

100%

的搜索量增幅

聚焦受众行为习惯，精准优化广告策略

Edifier（漫步者）是一家音频设备制造商，专注于设计和研发个人及家庭娱乐使用的扬声器、音响和耳机等，其总部位于中国深圳。为推动品牌在全球范围内的进一步增长，Edifier首先需要提高其在全球主流电商平台上的销售额。Edifier面临的主要挑战在于——受限于平台对广告像素代码安装的限制，广告活动难以根据用户互动行为和交易行为进行针对性调整及优化，在缺少有效数据洞察的情况下，Edifier的广告投资效益亦难以提升。

此外，Edifier亦希望探索更具创造性的数字营销方案，寻求更精准的定向策略，以高度契合广告营销活动与品牌活动。

定制化广告定向，全方位触达目标受众

Edifier与其媒体代理机构Sino Interactive通过The Trade Desk程序化广告平台，在开放的互联网广告交易市场中采购并投放为期两周的展示广告。

在广告活动期间，Edifier 依托TTD平台的第三方数据定向目标受众——美国 30 岁以上的商务差旅人群，同时采用网站定向 (Site Targeting) 瞄准美国头部科技网站和体育网站访客中符合Edifier目标受众属性的用户，扩大目标受众群体。

此外，Edifier制定了一系列定向标签，如“耳机”相关、“消费电子产品”相关、竞争对手品牌和产品名称相关、搜索引擎关键词等，通过内容情景定向 (Contextual Targeting) 精准触达目标受众。

程序化广告赋能Edifier实现品效双赢

依托IBI工具，深入洞察目标消费者行为

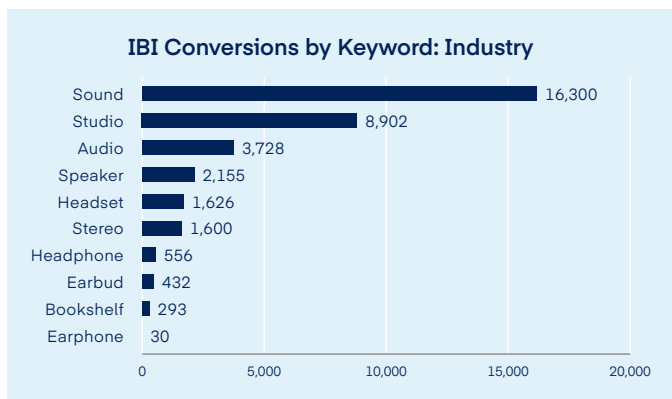
除了定制化的广告战略，Edifier 还启用了 TTD的营销漏斗中部衡量工具——Inferred Brand Intent (IBI，品牌意图推测)，以直观了解广告活动是如何影响消费者与Edifier产品相关的搜索行为。

TTD的IBI 工具为品牌提供简单高效的操作体验，Edifier 将目标受众看到广告后可能使用的关键搜索词应用于IBI工具上，例如品牌名、产品和服务、使用场景等相关词语，即计算出包含相应关键词的网页访问增量，进而衡量广告对目标受众在购买产品前了解品牌与产品的行为的影响。

此外，Edifier 还采用了TTD先进的人工智能引擎 Koa，进一步优化目标受众定向，推动营销漏斗下部的销售转化。依托Koa，Edifier 能够全方位洞察目标消费者，不断测试及优化广告营销策略，并以可视化数据指标客观衡量广告效果。

数据驱动决策，赋能品牌持续增长

Edifier从此次广告活动中获得了大量数据洞察，IBI 的转化数据帮助 Edifier进一步了解了与广告产生互动的受众及其后续行为。其中关键性的洞察是：Edifier的广告吸引了逾16,000人浏览与“sound”相关的内容，其他高转化率的关键词有：“studio” (8,902), “audio” (3,728), “speaker” (2,155), 以及和竞争品牌相关的关键词。



此外，IBI 亦帮助Edifier提升了营销漏斗底部转化，构筑起品牌知名度和品牌考虑度之间的桥梁：

- 品牌关键词的搜索提升了 100%
- 平台页面浏览量增加了 3 倍
- 添加到购物车的比例提高了 67%
- 电商平台上的购买量增加了 51%
- 品牌知名度和考虑度指数排名提高了 13%

通过与 The Trade Desk 的密切合作，Edifier对于目标消费者是如何评估音响设备并做出购买决策，有了更深入的洞察。此次广告活动的成功经验将赋能Edifier未来广告活动的创意内容优化及定向策略制定，提升销售转化，实现品效双赢。

客户评价

“在The Trade Desk 程序化数据驱动的定向策略和IBI解决方案的助力下，我们对于目标受众的行为、购买决策，以及广告影响都有了更为清晰的认知。除了消费者在Edifier网站上的行为外，我们也进一步了解了他们的站外搜索行为，包括搜索内容和搜索时间。这些更细颗粒的洞察将成为我们业务增长的关键驱动因子。”

Cedric Liu,
Edifier全球市场营销经理