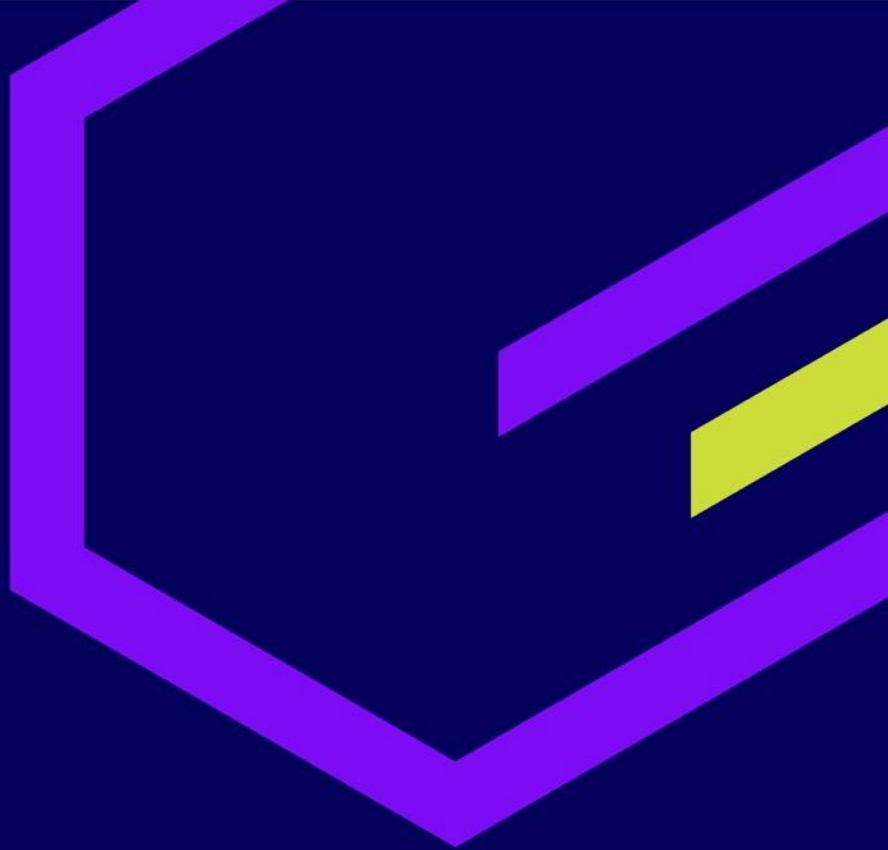


ILLUMINERA | hawar

洞见本源 致胜全局

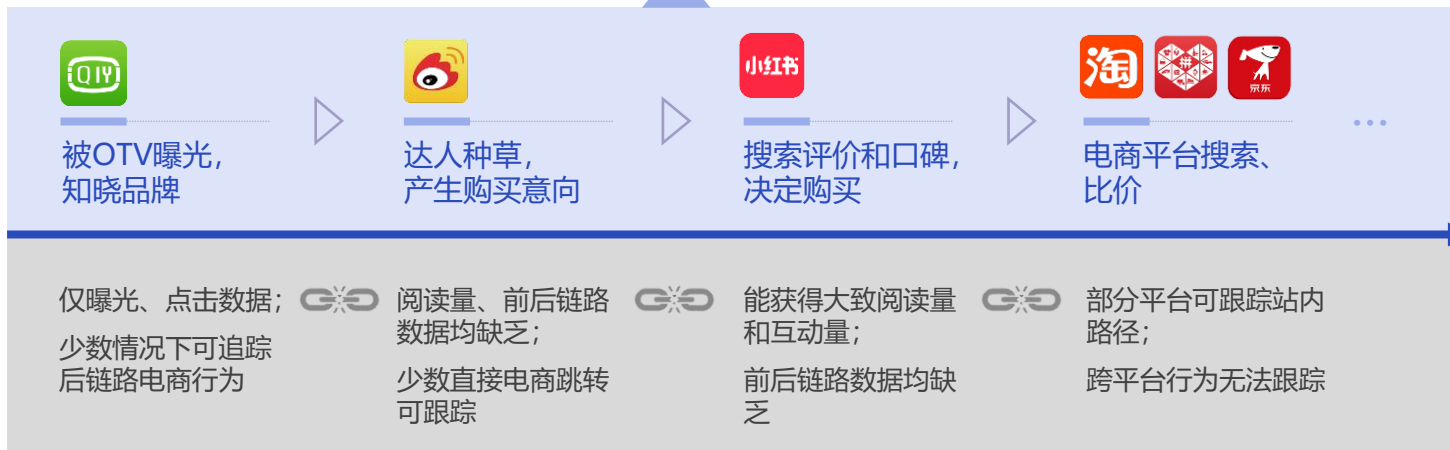
全新的消费者视角移动端洞察平台



触点越来越多，数据越来越多， 但随之而来的“数据孤岛”已成为当代营销的最大障碍

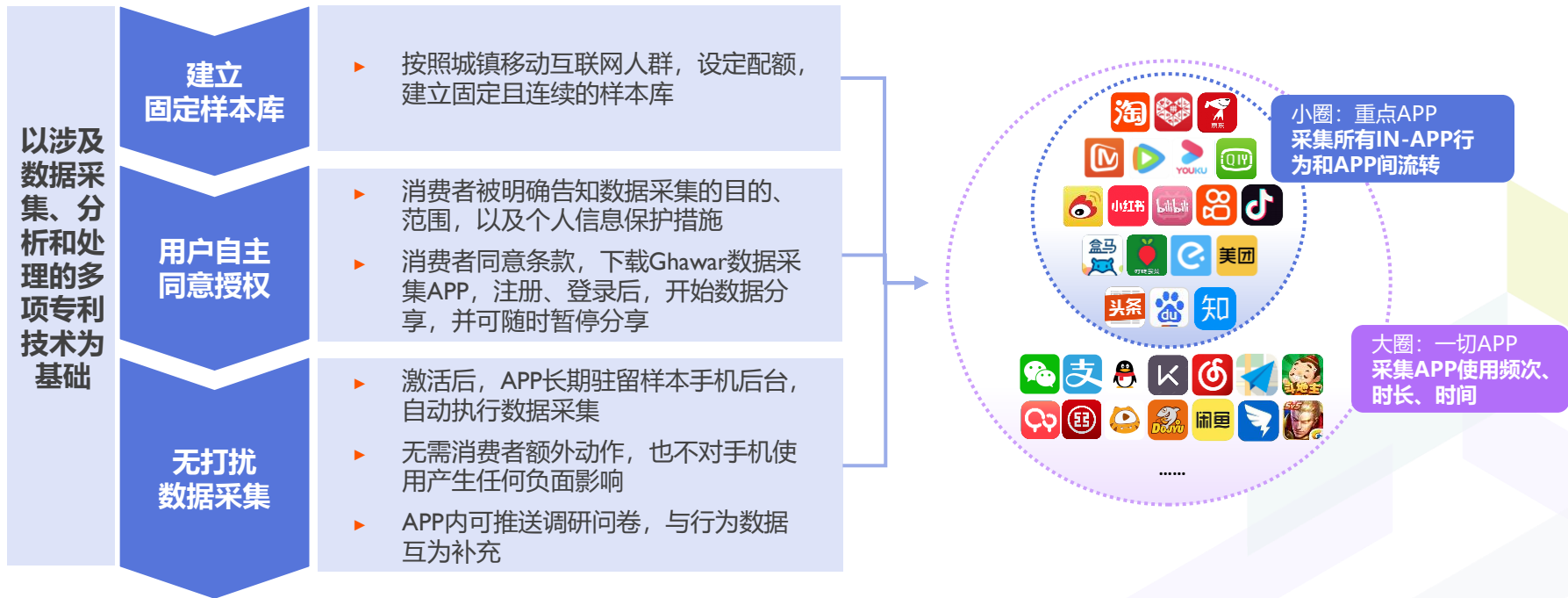
消费者链路

连续、一体，且有内在逻辑

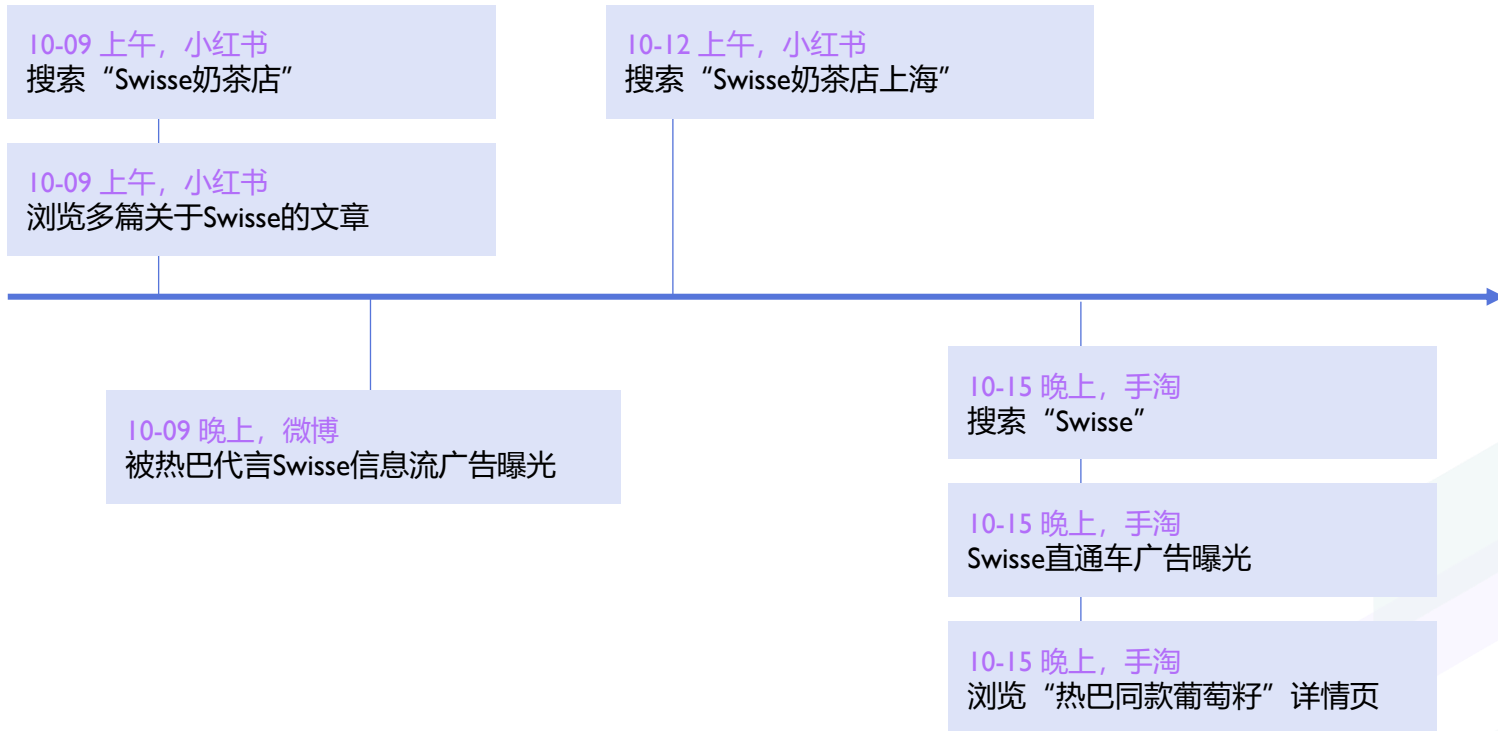


分散、割裂，无法反映全局历程的
触点数据

Ghawar是基于固定样本库、全新一代的消费者行为合规监测大数据平台



示例：Ghawar监测到的某位消费者真实历程



Ghawar核心覆盖点位及行为列表

曝光和触达

硬广

- ▶ 监听APP包括：
 - 短视频类：抖音短视频、抖音火山版/极速版、快手、快手极速版
 - 长视频类：爱奇艺、优酷视频、腾讯视频、芒果TV、哔哩哔哩
 - 购物类：手机淘宝、京东、拼多多
 - 新闻类：新浪微博、今日头条、今日头条极速版
 - 搜索类：百度、百度极速版
 - 知识种草类：小红书
- ▶ 对上述APP，收录点位包括：
 - 开屏、Banner、信息流、SEM、前贴片、暂停、评论区广告、文字链接等
- ▶ 另外对下列APP，采集开屏广告（IN-APP部分正在排期中）
 - 手机天猫、唯品会、考拉海购、网易严选、阿里巴巴1688、网易新闻、腾讯新闻、新浪新闻、知乎、得物、京东到家、叮咚买菜、盒马、饿了么、美团、美团外卖

软广

- ▶ KOL/KOC 发布内容
 - 微博、小红书、哔哩哔哩、知乎
 - 抖音、快手
- ▶ 节目植入 ^{a)}
 - 节目冠名、剧场广告、品牌名/产品名透出等
- ▶ 电商直播 ^{a)} 按需解析数据
 - 手淘、京东
 - 抖音、快手

后链路行为

综合电商

- ▶ 平台：
 - 淘宝、京东、拼多多
- ▶ 行为：
 - 搜索、浏览、收藏、订阅、入会、加购、购买

内容电商

- ▶ 平台：
 - 抖音、快手
- ▶ 行为：
 - 浏览、购买

O2O

- ▶ 平台 (包括APP和小程序)：
 - 饿了么、美团
- ▶ 行为: 购买

搜索

- ▶ 平台：
 - 百度、微博、小红书、抖音、快手



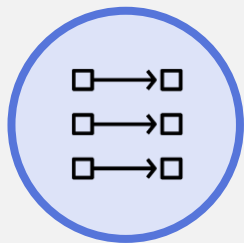
Panel样本经严格抽样、代表性控制、多重验证和校准，准确反映移动端消费者行为宏观态势



参考值：

- a) 中国互联网信息中心；意略明作时间趋势推算
- b) 中国互联网信息中心；前瞻产业研究院整理
- c) 国家统计局
- d) Quest Mobile

Ghawar基于消费者实际发生的跨域流转链路，结合大小数据，进而提炼多方面市场洞察



直达本源

*

直接揭示消费者对营销活动反应

*

杜绝中间环节
刷量注水或其他偏差



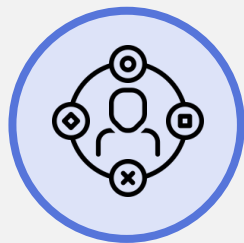
捕捉事实

*

基于消费者的实际行为
而不是回忆自述

*

完整记录各类
琐碎细节和无意识举动



横跨时空

*

完整记录消费者在
各APP的各项行为

*

跟踪同一消费者在
时间轴上的前后链路



洞察因果

*

在知晓消费者行为
的前提下补充调研

*

行为与心智
互相揭示佐证

Ghawar的商业应用场景包括*:

	媒介情报	媒介策略	效果跟踪	人群研究	创意优化	渠道布局
Ghawar帮助品牌达成:	<ul style="list-style-type: none"> 所在行业和主要竞品的关键情报如: 投入体量、声量、媒体打法、主推产品、沟通创意等 	<ul style="list-style-type: none"> 基于种草引流效果的媒体/点位优选 媒体/点位角色界定和跨媒体/点位协同方案 	<ul style="list-style-type: none"> 本品campaign表现, 包括: 声量、覆盖、触达人群、种草引流效果、对品牌形象贡献等 	<ul style="list-style-type: none"> 对特定人群的全方位研究, 包括: 人群特征、兴趣爱好、商品偏好、媒体习惯等 	<ul style="list-style-type: none"> 本品和竞品的沟通创意素材库 Highlight其中种草引流效果较好的创意供参考 	<ul style="list-style-type: none"> 各线上销售渠道基础信息如流量、流转率、人群特征等 渠道-货品匹配方案、渠道协同方案
其独特性在于:	<ul style="list-style-type: none"> 全面: 包含各类软硬广, 同口径可比 横盘: 针对本品和竞品 真实: 消费者端获取, 充分去水 	<ul style="list-style-type: none"> 消费者同ID、跨媒体、跨时段曝光及曝光后行为分析得出 综合本品竞品数据, 排除品牌个体差异 排除消费者self-claim中的偏差 	<ul style="list-style-type: none"> 消费者曝光及曝光后行为分析得出 真实、可量化 跨媒体频次统计、覆盖面增量计算 可结合问卷, 衡量心智方面的效果 	<ul style="list-style-type: none"> 综合多种信息来源进行人群打标和分析, 包括: 身份证、APP使用、各APP内容行为、各APP商品行为、问卷数据等 	<ul style="list-style-type: none"> 针对各主要竞品 除素材本身, 还辅以曝光量、曝光时段、种草力等多方面信息, 以供参考和挖掘 	<ul style="list-style-type: none"> 包含各种线上渠道, 同口径横向可比 洞察背后人群特征, 包括其在渠道间流转、横跳的链路 评估增量; 提示渠道间差异化打法

* 但不限于上述领域

基于Ghawar，已经建立多个成熟解决方案；后续将陆续孵化更多方案

基础指标

True-SOV

消费者视角的软硬
广曝光份额

情报与洞察

Media Landscaper

媒介情报站
行业内软硬广告投放
模式和声量情报

TA Portraitor

人群画像馆
全方位的TA特征
偏好解析

Journey Photoscope

链路透视镜
消费者行为+心智的
品类链路剖析

Creative Encyclopedia

创意大全书
移动端全域
行业沟通素材库

策略优化

Seeding Accelerator

种草加速器
高效种草引流的
媒体和内容策略

KOL Screener

达人优选器
基于真实曝光力和
受众特征的KOL优选

效果跟踪

Campaign Evaluator

战役评估师
Campaign人群触达
和长短期效果评估

Routine Placement Tracker

日常投放跟踪
持续监测本品投放
触达和种草效果



An Illuminera Big Data Platform