

三一重工：探索新营销，解码新动能

- ◆ **品牌名称：**三一重工
- ◆ **所属行业：**装备制造行业
- ◆ **执行时间：**2021.11-2022.12
- ◆ **参选类别：**汽车及交通运输类



背景

三一重工探索营销新动能，积极拥抱营销数字化转型，顺应短视频的营销新趋势，创新与受众交互的新触点。

目标：三一重工通过抖音与快手的精准营销锁定目标用户，强化品牌+创作者+粉丝/用户关系构建企业/品牌自有流量池，助力提升品牌形象和营销转化；

精准营销
目标群体

通过平台算法、标签画像，快速找到工程机械行业用户。

高效获取
营销线索

向行业用户推送三一重工内容，通过运营模式高效获取营销线索。

提升品牌
高端形象

与行业的内容创作者共创高品质内容，提升三一重工的品牌形象。

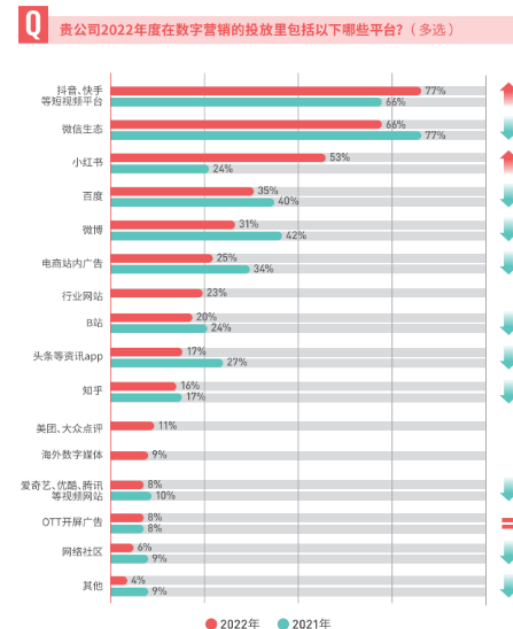
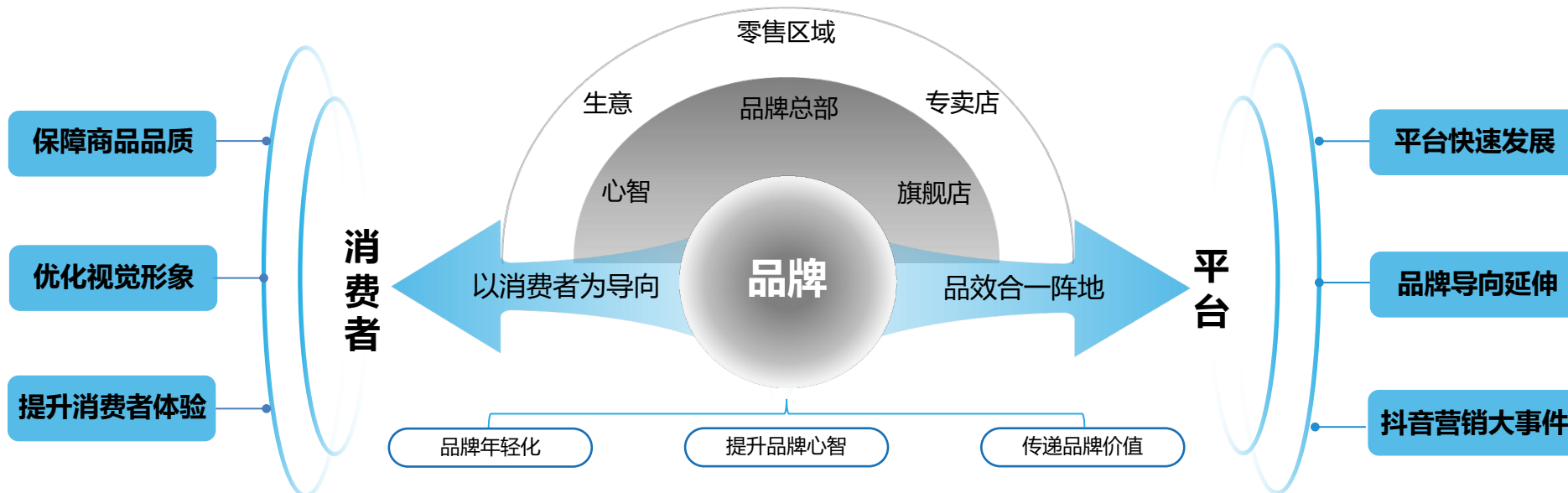
洞察：品效时代之下，资源、内容、运营缺一不可

• 移动信息时代，以抖音为代表的短视频吸引着消费者绝大部分注意力，抖音人均使用时长98分钟，人均刷新300+视频/天，短视频平台已成为品牌投放高地。

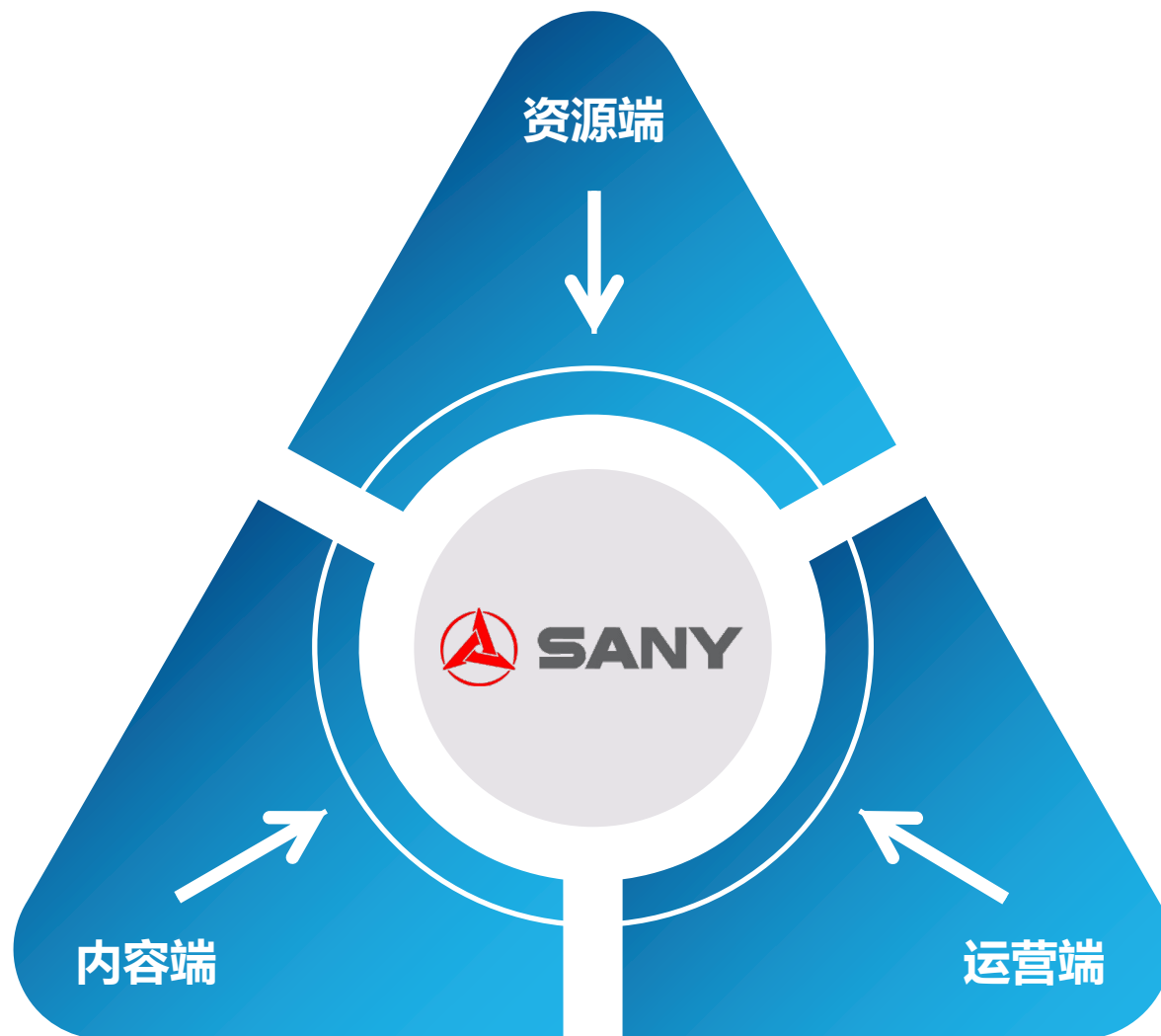
• 三一集团面向年轻化的目标人群，适应营销环境变化，用更短的路径、更生动的形式和消费者进行直接沟通，拉近与工程机械用户、客商的距离，实现品牌年轻化战略和品牌形象提升。

• 内容层面从消费者真实的场景痛点入手，用好内容结合时下热梗吸引用户，同时传递产品卖点，用多样化的创意素材让三一超越行业CPL平均值。

品牌 & 消费者 & 平台三位一体，有效共振



策略：三端协力构建三一重工品效“三板斧”



资源端：大数据精准锁定人群，广泛覆盖

序号	手机号码	序号	手机号码
1	138****0868	31	137****8502
2	139****3569	32	133****2119
3	138****1959	33	139****8308
4	139****9008	34	137****6882
5	137****9711	35	137****1597
6	139****3569	36	135****8844
7	138****1959	37	139****2913
8	135****8999	38	187****5322
9	138****0868	39	138****9346
10	139****9008	40	135****8870
11	137****8108	41	139****4990
12	189****0077	42	138****2257
13	137****8883	43	130****8223
14	135****1314	44	138****2257
15	135****6897	45	188****2020
16	139****6593	46	139****4526
17	139****9311	47	137****5751
18	135****0819	48	131****5600
19	135****8876	49	139****4157
20	135****8876	50	130****7020
21	137****5391	51	134****4499
22	137****5391	52	137****5391
23	158****1594	53	139****1442
24	135****4466	54	135****8988
25	138****5899	55	139****9877
26	139****0697	56	139****4188
27	135****8688	57	135****4545
28	135****0082	58	159****6678
29	138****1790	59	136****5563
30	138****2166	60	151****7284

相关账号	抖音号
大国重器	dyrnfnr3whpz
大国重器	2173333646
大国奇迹	dy3joyxp4ec9
大国重器	Dgzq8
大国制造	dyflk344ocxs
大国时代	dywgv92gmd3
大国崛起	dyshb0bwqakp
大国崛起	dyak3kipqoha
大国制造	dy07s6rbsl5l
大国腾飞	dagytengfei2
厉害了我的国	dylmg0esu0mk
厉害了中国	aiminyao
强国科技馆	dyy950mhjv3u
了了不起的国	332066356
创客猫	chuangkemao
大国工匠	212203711
烟火之科技	383511104
中国威武	dy4zp6t7em4l
强国观察室	106579452
在线观察	917816094
中国实力	dy54a9cg337q
强国之路	dykuefsz1d3e
大国腾飞	wmdzg666
有料先生	Youliaosir

垂类账号	抖音号
机械团·吊车大咖	xcmg2019
机械团·月姐	285765695
徐州重型机械	1688456613
起重世界	XCT998
吊车之家	DCZJ
吊车队长	diaocheduizhang
吊车群	diaochequn
吊车故障交流号的菜菜	1976741499
吊车唯尊	k0668228
机甲部落	jijiabuluo9527
中国吊装网	Diaocn2
海湾吊装	liu18953320367
王某人吊装岁月	JV081J
三一起重机	SanyCrane

通过目标人群属性
筛选受众人群(示意)

定向人群

定向工程机械标签人群，以及工程机械感兴趣的目標人群传播，沉淀目标客群

人群属性

- 【性别】男性
- 【年龄】20岁以上
- 【地域】全国
- 【兴趣标签】汽车、房产、机械、工程

信息流选定目标人群进行投放

广泛覆盖
触达广泛人群传播，号召用户参与全民任务、挑战赛等互动玩法

发现页活动 Banner

抖音热搜榜单

添加话题

内容端：“互动+奖励+推流”助力品效双收

全民互动任务

筛选机械行业的KOL长期合作



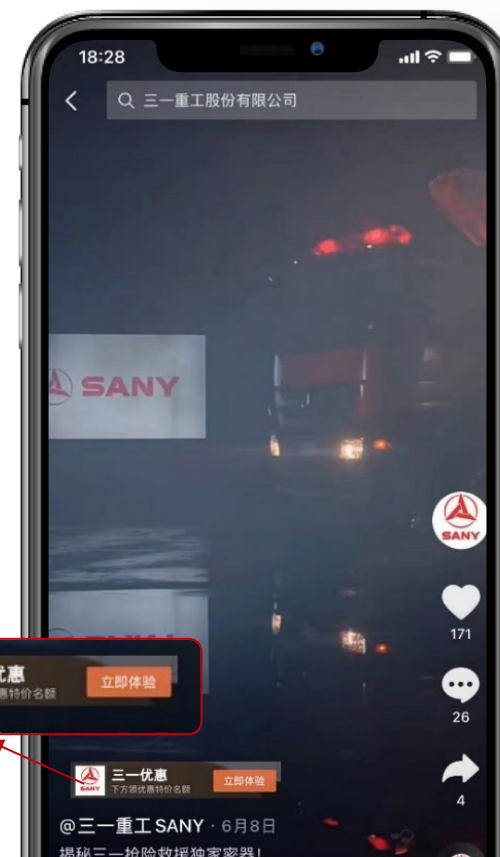
长期奖励

账号发布长期任务
KOL发布三一相关内容可给予奖励

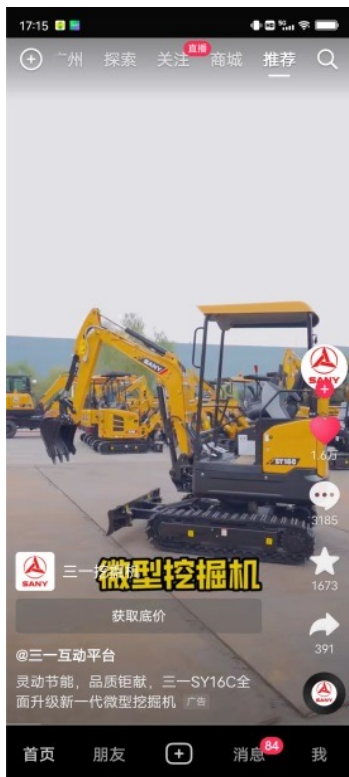


定向推流

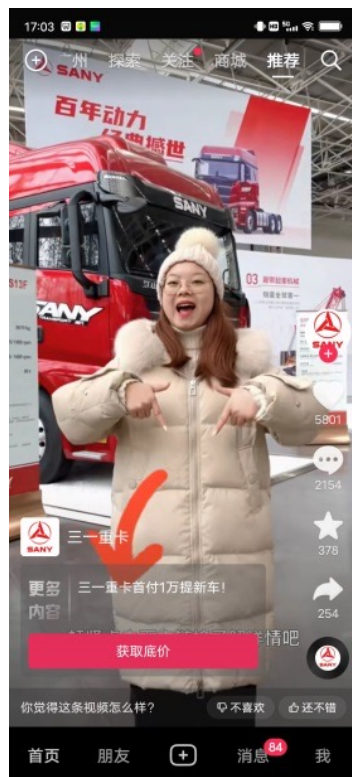
普通信息流用户推送



内容端：更迎合用户偏好的内容收获更好的效果



√抖音-重卡-表现最佳的前二为真人口播+利益点，最佳为：
展现：207万次
点赞数：5801 评论数：2154



√抖音-重机-表现最佳的前三均为说车类型，最佳为：
展现：472万次
点赞数：1.6万 评论数：3185



√抖音-工程车辆-表现最佳的前三均为说车类型，最佳为：
展现：46万次
点赞数：976 评论数：125



√抖音-重起-表现最佳的前二均为说车类型，最佳为：
展现：113万次
点赞数：4913 评论数：801



√快手-重卡-表现最佳的前三，两个为说车，一个真人口播利益点类型，最佳为：
展现：416万次
点赞数：1.2万 评论数：1691

内容端：多种主题活动持续为流量加码，为品牌形象加分

主题：“重”情一刻为幸福“家”码

三一重工发起首届工程机械达人秀

使用**三一重工活动专属模板**，分享**工作+家庭**两种生活场景，不仅有机会获得三一重工送出的巨额家庭梦想基金，还能有机会成为三一重工的签约达人！

平台的快币奖励

参与即可瓜分快币奖励

快闪模板

提供活动参与模板，降低参与门槛

主题活动
吸引参与
沉淀作品

达人示范效应

预埋达人，利用达人示范效应带动重机用户参与

三一重工品牌大奖

三一重工设置品牌大奖及签约达人机会



运营端：通过“挖、测、优、增”的投放策略来达到降本增效的目的

人群挖掘

拟定TA、预设人群标签

流量测试

按照目标出价1.5倍出价，保证冷启动顺利起量

挖
测
优
增

优化策略

测试复盘、策略优化、优化出价、优化素材

投放增量

按照目标出价，同步增加多个资源投放，平衡成本

运营端：通过省广灵犀AI进行人群洞察，智能标签筛选，找到三一重工工人人群标签

三一重工投放需求导入

省广灵犀AI人群挖掘

目标人群标签



AI 灵犀AI

基本属性
年龄、性别、学历...

地理位置
省份、城市

触媒习惯
APP类别、使用行为...

应用偏好
消费行为、内容偏好...

消费偏好
兴趣偏好、生活形态...

设备属性
设备属性、终端信息...



【性别】男性



【年龄】20岁以上



【地域】全国



【兴趣标签】汽车、房产、机械、工程

运营端：通过参考行业优质模型，快速度过冷启动，利用流量测试，提升投放效率

测试期消耗目标：

预算
20%

出价

按照目标出价1.5倍出价，保证冷启动顺利起量

创意基数

优质创意20+

账户搭建

采用1:n:n的账户结构
以车型-资源-日期-定向作为
计划命名规则

运营端：通过调整出价、素材，来进行整体投放策略的优化，从而提升投放效果

优化出价

按照目标出价1.2倍出价
逐步降低出价，优化模型

获客能力模型

优化素材

创意基数达日均上新量级5+



运营端：提升消耗预算，调整为目标出价，同步增加多个资源投放，调控成本，降低CPL

01

提升消耗预算

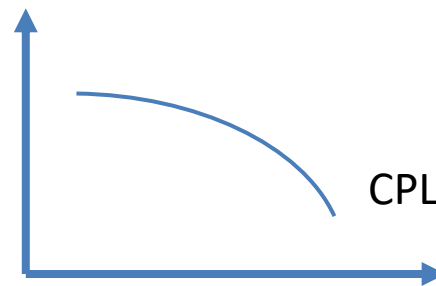
增量期预算将提升至总投放预算的50%。

预算
50%

02

调控成本

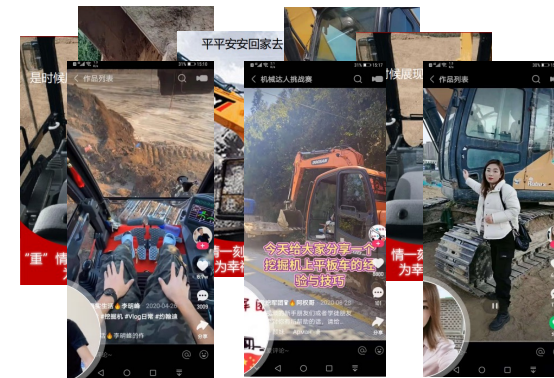
按照目标出价，同步增加多个资源投放，调控成本。



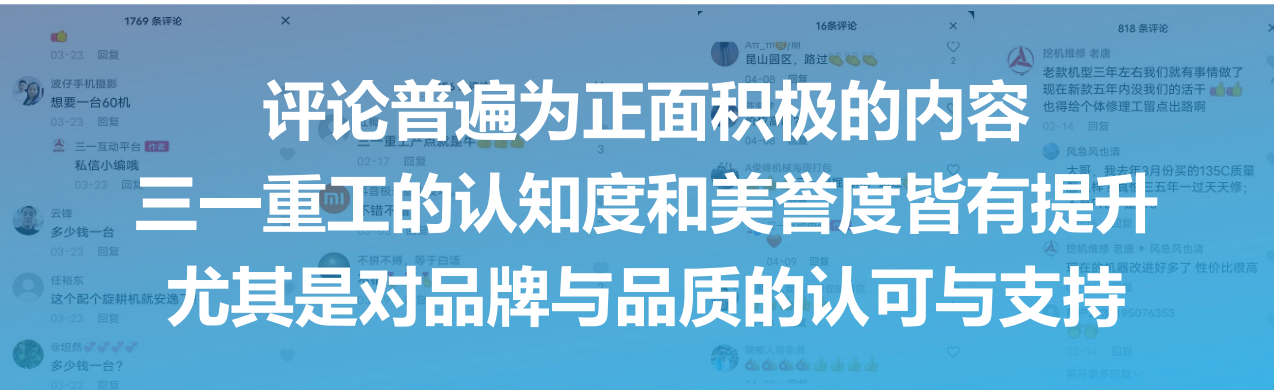
03

优化素材

日均上新量级10+



在“资源+内容+运营”三端协力的加持下 超额完成了各项KPI，并且收获了大量用户正面且积极的反馈



线索量超额完成
CPL远低于规划
且低于行业均值

