

不用大创意，效果也很顶！伊利电商广告AI了爱了

- ◆ 品牌名称：伊利乳业
- ◆ 所属行业：乳制品
- ◆ 执行时间：2023.09-11
- 参选类别：AI创意类

● 背景&目标



背景&目标：从9月开始，伊利每月将一款产品加入到AI营销的大军中（9月安慕希酸奶，10月金领冠奶粉，11月金典有机纯牛奶）。营销目标不仅追求在视觉表现上获得大幅提升，还希望加大更迭物料的频次，缩短对应的周期，以求获得更佳的线上广告反馈。

最大挑战在于AIGC生图从零起步，品牌没有任何相关经验，对AIGC物料的市场表现和相应的传播风险都是不确定因素。从少量尝试性投放到大规模的品牌应用，AI物料都务必在质和量上得到双重保障，并不断进行经验升级。

● 洞察&策略



基于AIGC的应用，前期按照人工智能需要的要求给到出图的详细描述，同时喂给机器关于产品和历史作品的相关信息，最后产出的素材通过人群&媒体运营投放优化最大化效果。

制作策略：1. 将所有信息整理给知识库；2. AI平台读取并基于这些资料给到多个文字版的创意方向；3. 在确定了大概的文字方向后，再会生成一版DEMO草图；4. 确认草图上的重点元素后再由专业生图平台（Stable Diffusion或者Midjourney）进行海量版本的素材扩张；5. 最后将选定的素材通过专业设计软件的合成及精修产出成品。

洞察&策略

(整体流程)

品牌AIGC营销创意对接全流程



洞察&策略

(创意策略)

丰富AIGC素材大屏开机展示，第一波臻浓牛奶使用了9张素材

人工素材



AIGC素材 (共9张)



项目背景 (2023年8月开始)

- 效果投放需求

合作收获

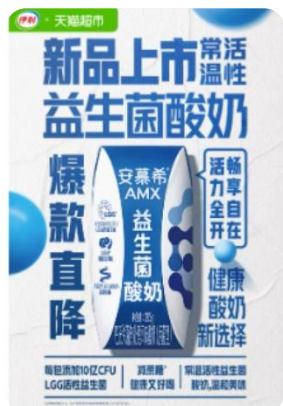
- 第一次AIGC生图合作，双方配合初步走通了AI的服务流程，并产出了多个方向的AI素材。

洞察&策略

(创意策略)

丰富AIGC素材大屏开机展示，第二波安慕希活性益生菌使用了12张素材

人工素材



AIGC素材 (共12张)



项目背景 (2023年9月开始)

- 效果投放需求

合作收获

- 2个素材方向+8个细分主题，经过3周分析迭代，找到效果最优的**二次元/3D动物方向**

洞察&策略

(创意策略)

丰富AIGC素材大屏开机展示，第三波金领冠奶粉使用了3张素材

人工素材



AIGC素材 (共3张)



项目背景 (2023年11月开始)

- 品牌程序化推广

合作收获

- 首次在**多重设限**的前提下（色调，国籍，年龄）生成逼真儿童模特，并提供相应**AI版权申明**

洞察&策略

(创意策略)

丰富AIGC素材大屏开机展示，第四波金典牛奶使用了10张素材

人工素材



AIGC素材 (共10张)



项目背景 (2023年11月开始)

- 品牌程序化推广

合作收获

- 明显加快AI素材更迭效率，每周稳定提供两版；此外，大俯视AI构图也突破了以往的设计框架

洞察&策略

(人群策略)

从电商 / 媒体 / LBS 多维度数据标签来源，精准挖掘目标人群标签

标签推荐



本品/竞品人群



品类人群



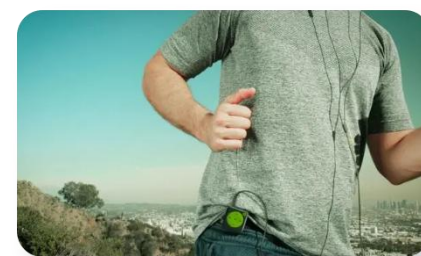
职场白领人群



母婴宝妈人群



中老年人群



运动人群

基础定向

地域：全国

性别：男/女

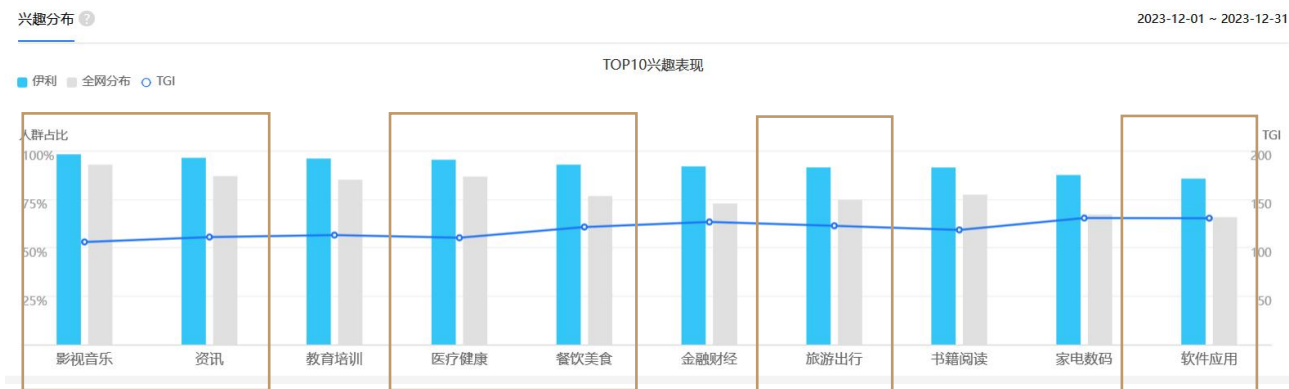
年龄：18-60岁

洞察&策略

(媒体洞察)

利用第三方媒体洞察(百度指数&抖音指数)，抓取品牌人群偏好媒体类型

八大偏好类型：视频、音频、拍摄、出行、资讯、运动、工具、健康类



洞察&策略

(媒体策略)

基于人群媒体偏好类型，优选头部+垂类媒体最大化品牌曝光

1. 视频类



芒果TV



爱奇艺



优酷

2. 音频类



网易云音乐



蜻蜓FM



喜马拉雅FM

3. 拍摄类



美图秀秀



B612咔叽



美颜相机



潮自拍

4. 出行类



高铁管家



航班管家



嘀嗒出行



高德地图

5. 资讯类



今日头条



腾讯新闻



新浪新闻



网易新闻

6. 运动类



虎扑



懂球帝



悦动圈

7. 工具类



墨迹天气



网易邮箱大师



WPS



有道词典

8. 健康类



美柚



宝宝树



大姨妈

洞察&策略

(素材策略)

多素材/促销组合投放，图片+视频大屏开机抢占用户视线

素材版本A：蕴微产品篇

素材版本B：水漾产品篇



静态开机



视频开机



静态开机



视频开机

洞察&策略

(运营策略)

专业运营团队基于品牌需求，实时把控+归因分析，灵活优化效果

➤ 1. 人群运营

基于AI智能人群表现优化人群标签组成，提升流量精准度；

AI预判人群



4.00%

本品/竞品人群



3.96%

敏感肌护肤人群



3.93%

职场白领人群



3.84%

年轻母婴人群



3.88%

韩迷追星人群



3.87%

➤ 2. 媒体运营

优先优质媒体预算消耗，提升流量效用；

B612咔叽



4.02%

美图秀秀



3.98%

网易云音乐



3.95%

芒果TV



3.94%

爱奇艺



3.94%

优酷



3.94%

➤ 3. 素材运营

增加优质素材投放曝光占比，提升互动效果；

静态开机【28%】

视频开机【4%】

静态开机【55%】

视频开机【13%】



3.94%



3.83%



3.98%



3.86%

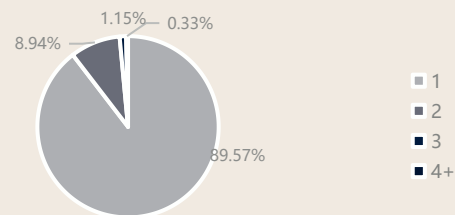
➤ 4. 频控运营

整体项目有效频控避免低效流量浪费，覆盖更多受众；

1次及以内UV量为89.57% ▶

为了最大化地覆盖更多受众严格控制了频次，因此1+reach占比高。随着展示频次的增加，用户的行动意向和广告回想率会相应的提高，增加展示频次会带来积极成效提升，从而达到品效合一的效果。

曝光频次



● 媒介&执行



热门AI技术赋能创意策略，通过**AI+MATERIAL** 模块智能生成传播素材，从知识投喂，智能学习，物料生成到素材迭代全过程产出高质量内容，最终实现传播效果的有效提升。

媒介&执行

应用AI+MATERIAL模块，从知识投喂，智能学习，物料生成到素材迭代全过程

AI+MATERIAL

INPUT

Step 1. 喂入客户方
历史成功投放素材资料

PPT,PDF,word,Excel
等各种格式皆可投喂

1. 素材主题和立意点
2. 文案主题和立意点
3. 产品目标受众
4. 主视觉元素
5. 素材尺寸
6. 其他约束项
7. 素材示例图
8. ...

Step 2. AI学习后给出理解，
再经过人工确认和微调

创意主题：“源自自然的金典滋养”-
质的信息。

视觉元素：

1. 自然风景：在设计中使用宁静的草
2. 牛奶的流动形象：展示牛奶的丝滑
3. 产品展示：突出展示利乐砖包装的
4. 有机认证标志：在显眼位置加入有

色彩基调：

- 主色调：温暖的米色和绿色，代表
- 辅助色调：金色，以强调产品的高

文字元素：

- 使用简洁、高端的字体，例如Serif
- 突出关键词如“自然”、“有机”、“高

Step 3. 最终结案报告反馈给AI，
输出多个创意方向DEMO



Step 4. 专业AI工具高质量生图，
客户确认最终创意素材



Step 5. 投放中素材效果优化，
提示词更新迭代，素材换新





AI创意生成

> 基于各个具体拆分创意需求，
机器智能生成符合品牌调性的
初稿素材内容

搭载AI技术，赋能素材创意智能生成服务

创意主题：“源自自然的金典滋养”- 该主题旨在传达产品直接来源于自然，纯净且高品质的信息。

视觉元素：

1. **自然风景：**在设计中使用宁静的草原或牧场背景，展现牛奶的自然来源。
2. **牛奶的流动形象：**展示牛奶的丝滑质感，强调产品的纯净度和高品质。
3. **产品展示：**突出展示利乐砖包装的伊利金典纯牛奶，确保产品识别度。
4. **有机认证标志：**在显眼位置展示有机认证标志，强调产品的有机特性。

AI根据需求出创意方向

色彩基调：

- 主色调：温暖的米色和绿色，代表自然、有机和纯净。
- 辅助色调：金色，以强调产品的高端品质。

文字元素：

- 使用简洁、高端的字体，例如Serif或Sans-serif字体。
- 突出关键词如“自然”、“有机”、“高端”。

DEMO草图



搭载AI技术，赋能素材创意智能审核服务



AI素材审核

> 在AI大规模生图阶段，用机审代替人审，高效屏蔽敏感内容，还能事先为素材进行打分



AI素材打分

1. 清晰的品牌定位：通过这张图片，我们可以清晰地看到伊利亚慕希酸奶想要传达的信息和品牌形象。酸奶旁边的健康活力的印象与其产品的市场定位一致，即提供健康、自然的饮品。
2. 强烈的视觉冲击力：使用鲜艳的色彩和卡通化的动物形象，在视觉上创建了一个温馨、乐观的场景，吸引目标消费者的注意力，尤其是年轻族群和家庭。
3. 强调产品特性：通过在田...天然和纯净，这是与消费者健康生活方式相契合的
4. 寓意和创意的结合：牛作...增强了产品与自然、品质的联想。同时，牛的卡通形象亲和力，可以增加品牌的记忆点。
5. 良好的信息层次：广告中的文字信息简洁明了，容易理解。同时，字体的大小和布局也保证了信息的易读性。

考虑到以上因素，我会给这张创意素材图打8.5分。扣分的原因主要是虽然整体视觉效果和信息传递都不错，

但是，有几个小细节可能需要进一步优化：

- 字体与背景的融合：虽然字体清晰，但是可能在颜色和设计上稍作调整，以更好地融入整体的田园风光，增强整体的和谐感。
- 产品展示：虽然产品置于显眼位置，但是与背景的融合度可以提高，使产品更自然地融入场景之中，而不是显得突兀。
- 创意与品牌的深度结合：...可以进一步探索如何将品牌的核心价值更深度地与创意结合，从而更吸引，同时能够对品牌有更深层的认识和记忆。

细节优化建议

总的来说，这是一张具有较高创意价值和视觉吸引力的广告素材，非常符合现代消费者的审美和品牌传达的健康形象。通过细节上的打磨，可以使其更接近满分。

搭载AI技术，赋能素材创意智能归因分析服务



AI归因分析

> 基于物料提示词数据库进行归因，AI辅助整理分析素材与后效之间的关联，并给出下一版迭代建议方向



cows and sheep are on a green pasture, in the style of aerial abstractions, inky shadows, translucent water, polixeni papapetrou, selective focus, photo-realistic techniques, high-angle, farmland organic dairy milk for dairy cows, in the style of green academia, tasteful use of negative space, striated resin veins, iso 200, liquid emulsion printing, southern countryside, a plastic bottle with grass green and blue, in the style of northern and southern dynasties, infused with social commentary, double tone effect, youthful energy, chuah thean teng, light white and light maroon, q hayashida

说明：以上黄色高亮部分即为AI通过归因算法得出的最优素材标签，建议品牌在生成AI素材时优先使用。

● 效果&反馈



运用AIGC创新营销帮助品牌制作高质量传播素材，最终**曝光点击**
对比非AIGC选择项目收获更高溢出表现，实现品牌广告最大化曝
光点击。

● 效果&反馈

在AI+MATERIAL应用加持下，**本次投放对比同期非AIGC项目**，提升效果显著

+6.6%

实际曝光提升

对比非AIGC项目

+7.5%

实际点击提升

对比非AIGC项目

+7.2%

实际CTR提升

对比非AIGC项目