

合纵-合然广告旗下户外数智化营销平台

- ◆ 上线时间：2023年10月
- ◆ 参选类别：年度最佳移动营销系统



简介

合然广告 公司简介 整合营销战略合作伙伴

广州合然广告有限公司（后简称“合然广告”）自2014年成立于广州，立足华南，辐射华东/华北大中型品牌，创办十年间，为企业品牌提供整合营销服务，定制创意传播策略、组合传播场景、深度传播内容，助力企业实现形象提升、扩大市场占有率、线上线下引流和促进销售等广告营销目标。

在大户外媒体传播方面，拥有涵盖消费者生活圈、长短途出行圈的大户外媒体资源体系，包括城市（核心商圈、主要道路、地铁公交、社区等）、高铁、高速、航空在内的四大媒体平台，和助力企业布局下沉市场的城域媒体资源体系。

拥有专业成熟的执行团队和从业 20 多年的国际 4A 广告营销顾问团，先后服务过数十家国内外 500 强客户，同时也是群邑、实力、电通等国际 4A 广告公司的深度合作伙伴。



世界户外广告组织成员



广州 4A 成员



广州市广告行业协会会员单位

排名不分先后

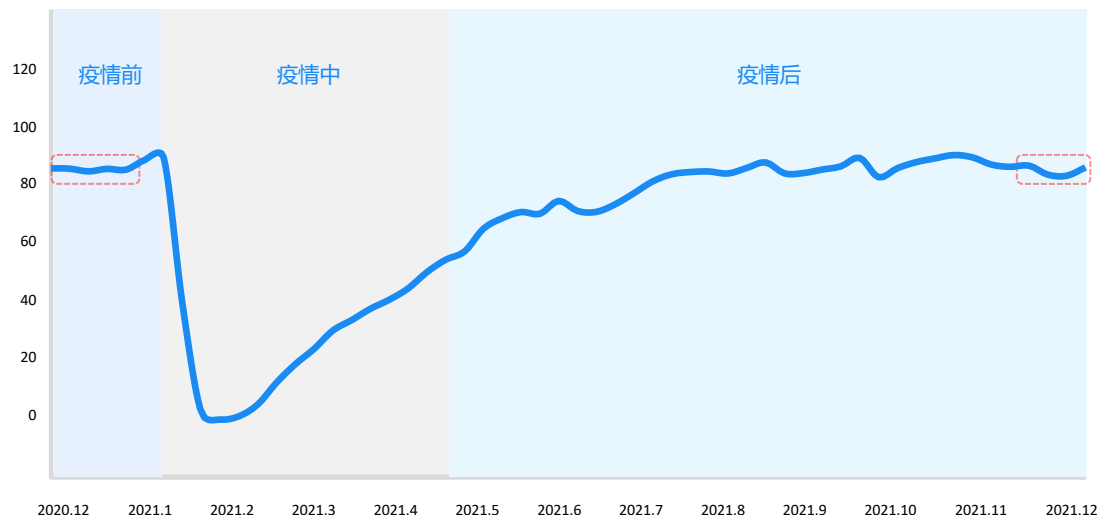
整体户外媒介环境动向与契机：重整兴旺，品牌顺势而起

被疫情笼罩的三年来，消费者都被关在小小的手机里，大多数品牌为谋生存，加速转型涌入线上市场，但线上流量被疯狂地抢占瓜分的同时，流量成本在不断地上涨。

疫情后的社会环境，百废待兴，万物复苏，消费者户外动线重整兴旺，消费者的出行行为正在按照生活半径，由近及远逐步恢复。这就意味着户外场景的触达效率正不断提高，高客流量场景的价值被迅速点燃。因此品牌们瞄准了势头，抓住机会重新“走出来”，纷纷寻求市场拓展的机会。

而户外媒介作为传统营销手段早年主要用于线下渠道引流，随着电商兴起，每年大促期间，品牌广告携手电商引流讯息充斥并占领着核心城区，户外对品牌市场营销的多样赋能价值日益彰显。

图1：户外日均流量index



*数据来源：秒针户外受众测量，以周为单位统计日均流量变化趋势；

图2：户外媒介核心应用



户外广告营销痛点：资源全量打通与多元数据的融合

近几年市场各大头部资源方/数据方都在着手研究户外投放的有效性，可见户外对品牌营销的效能还没有很明确的度量衡标准。户外营销的探索从未停滞，近十年经历了“1.0 盲投阶段”，到“2.0 人工估效阶段”，到“3.0 大数据应用阶段”，整个行业一直都在进行着不断迭代与优化向上的过程。但是在资源全量打通，和紧跟品牌业务需求实现多元数据融合方面，依然存在很大落差。

图3：户外广告发展与变迁

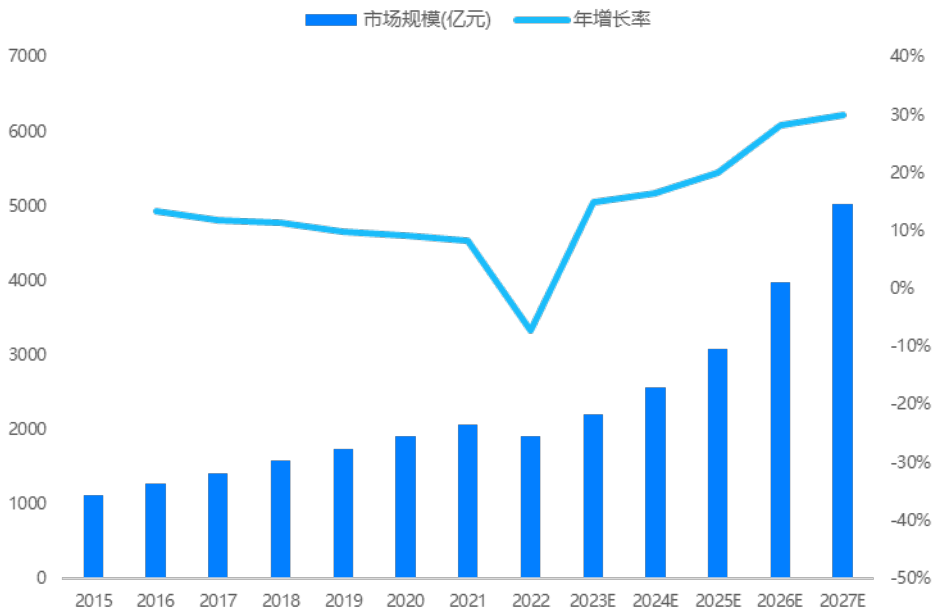


创新性突破行业痛点

合然广告重新统观整个户外投放的数智化生态，聚焦2000亿+户外投入规模。直击行业尚未解决的多个核心问题“无测量，无数据，无量化”，对预算制定，决策推进和投放效能等难关。

从合然广告深耕十年户外的经验出发，主张重新审视户外媒介决策流程，“精细化策略 -> 全量媒介 -> 跨数据应用 -> 智能提效”，突破行业瓶颈，建立创新但有效的户外数智化整合解决方案。

图4：2015-2025年中国户外广告市场规模及预测（亿元）



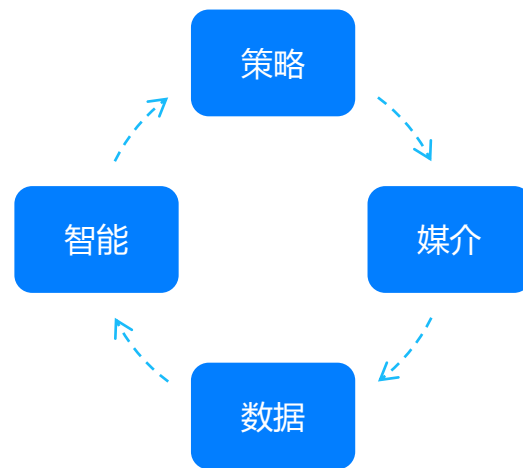
*数据来源：中国户外广告网

图5：行业痛点

无测量无预算
无数据难决策
无量化难闭环

图6：突破行业痛点

需要解决目前营销链路多段割裂的局面，做全链路打通形成营销闭环



简介

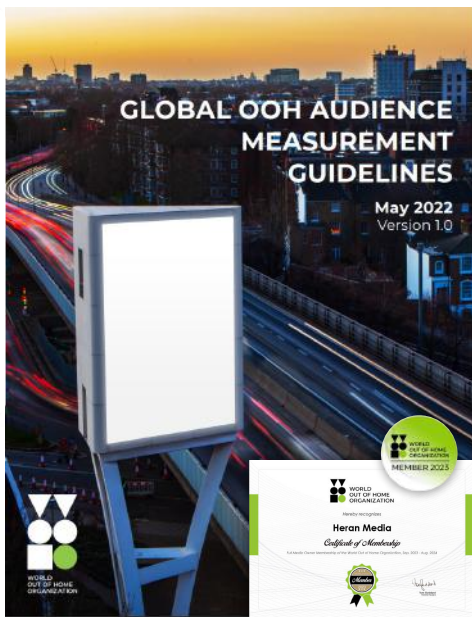
数字化转型营销策略

合然广告深耕十年户外行业，与时俱进，通过数字化转型，自主研发和建立国内首创最全的户外跨媒介全量数智化运营平台【合纵户外数智化平台】。作为国际户外广告组织中国区的重要成员，合然广告把海外经验本土化，携手国内头部数据方的能力，为品牌探索出一个新的户外数智化解决方案。

通过“全媒体数据底层数据库+大数据精准洞察赋能+可视化效果评估”，合纵平台已实现打通“策略-媒介-数据-智能”四端营销的通路。让户外投放可测量 | 标准化 | 可量化 | 系统化，推动户外广告行业进入户外“智”时代，更好地帮助客户将传统的“户外媒体曝光”转化为“品牌数字资产”。

户外“智”时代，利用技术打造数智化户外全链路营销平台

世界户外广告组织受众测量标准



大数据合作平台 数据赋能



依托阿里大数据技术，结合友盟+数据技术，赋能企业挖掘阿里全域营销价值。



成立于2012年，从金融拓展至各行领域，结合业务场景，为品牌提供数字营销价值。
102亿+独立设备；8.7亿月活设备；16亿Wi-fi热点定位



基于 Mar Tech 服务

技术架构

展现层 Presentation	ANGULARJS	tableau	观远数据
应用层 Application	java	python	spring cloud, kafka, kettle
存储层 Database	mysql	mongodb	redis, elastic, hbase, spark
容器层 container	RANCHER, docker, 阿里云, 腾讯云		
基础设施层 Infrastructure	amazon, 阿里云, 腾讯云, 华为云, 腾讯云		

计算机软件著作权登记证书



THE SCIENCE OF OOH 用技术改变户外广告生态

开启户外“智”时代 更全面/可量化/更精准

让传统的 户外媒体曝光

转化为 品牌数字资产

可测量

可量化

可沉淀

可转化

可闭环
再优化

创新数智化户外营销智能服务平台 提供一站式数智化户外营销创新解决方案



简介

【合纵户外数智化平台】架构设计



使用说明

突破城域界限 打破资源割据

中国市场最齐全的媒体点位智选平台

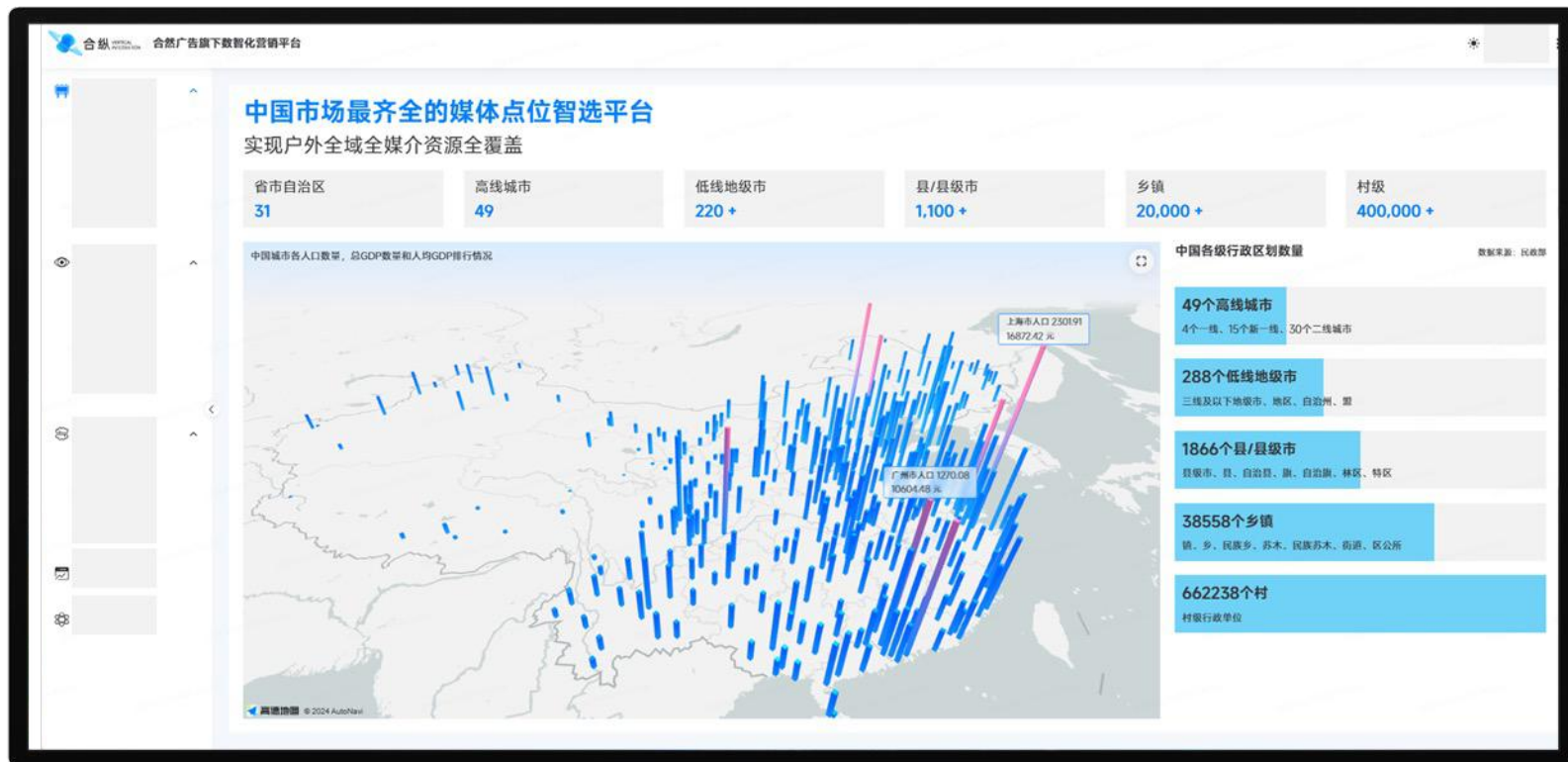
户外全媒介资源库实现户外全域全媒介全覆盖



全国分城市层级整合

(高线/低线城市、县/县级市、乡镇、村)

解决国内头部资源方扎堆高线城市，低线城市资源分散的资源局面



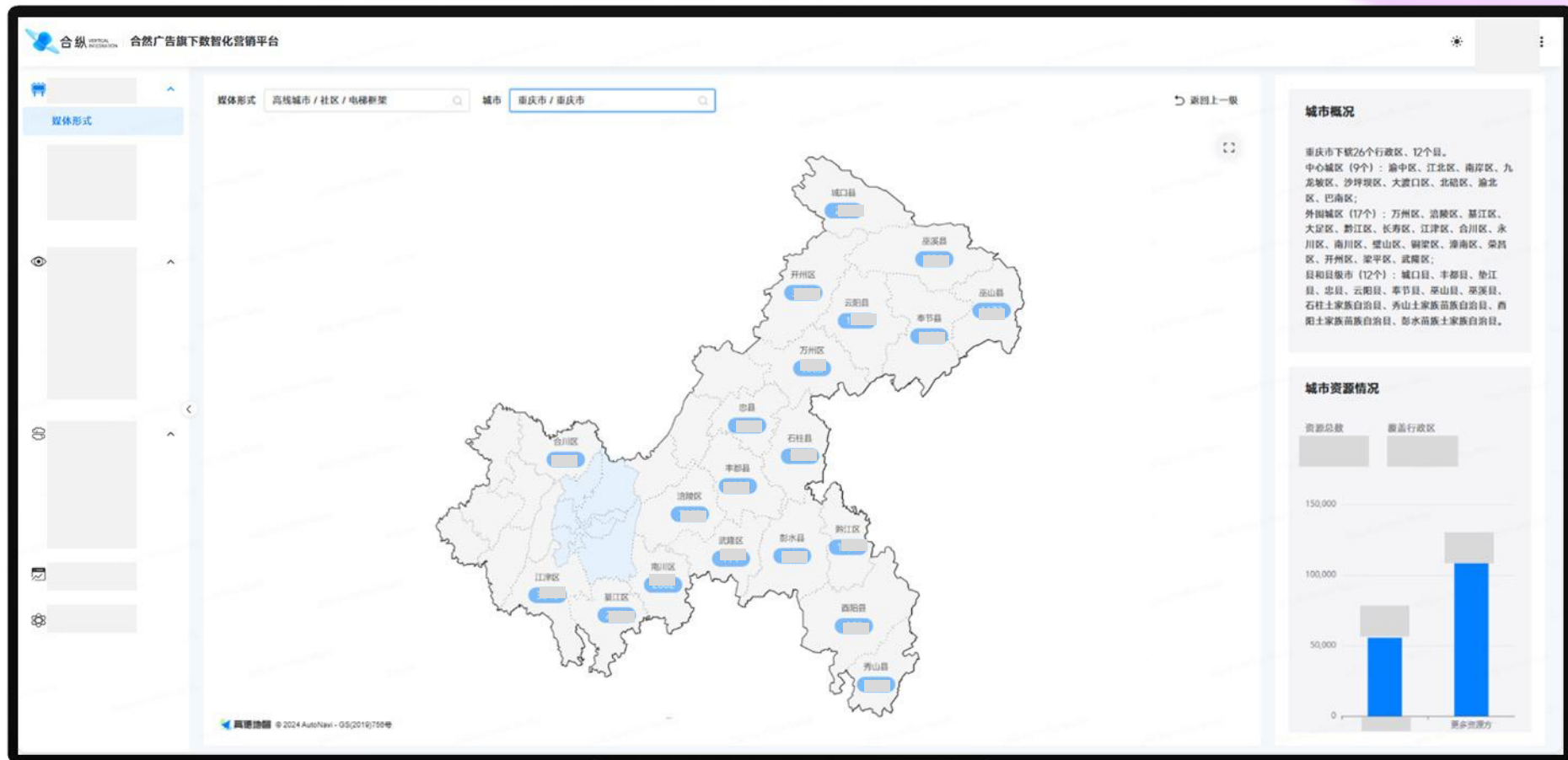
使用说明

分城分媒体全量统筹

资源分布一目了然

合纵媒体资源库展示

楼宇媒体示意



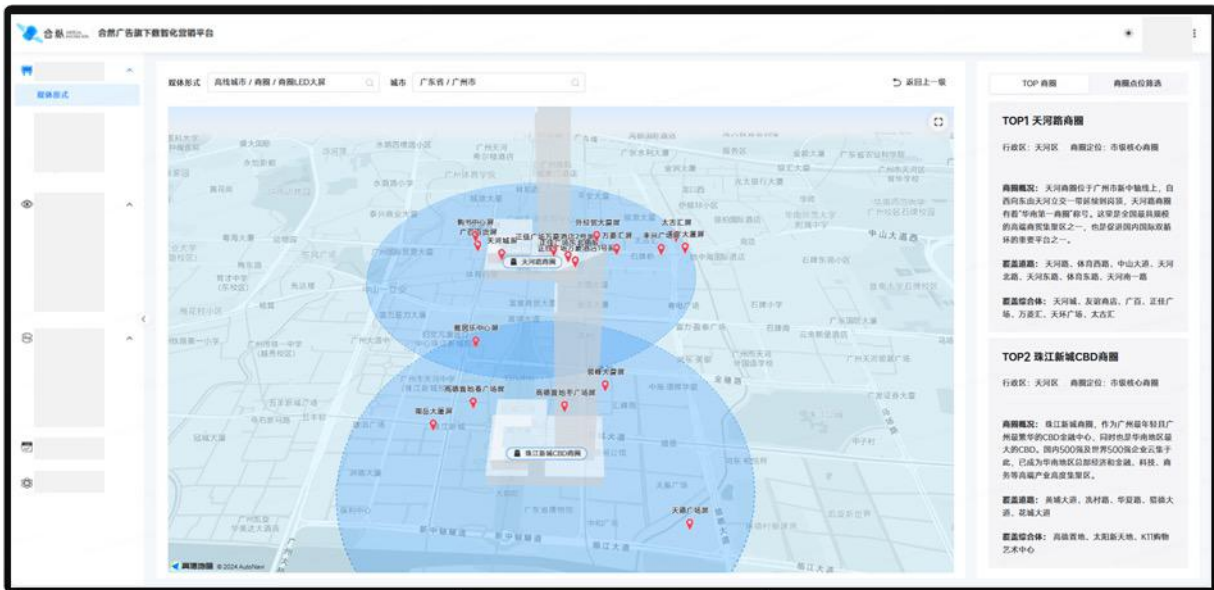
使用说明

分城分媒体全量统筹

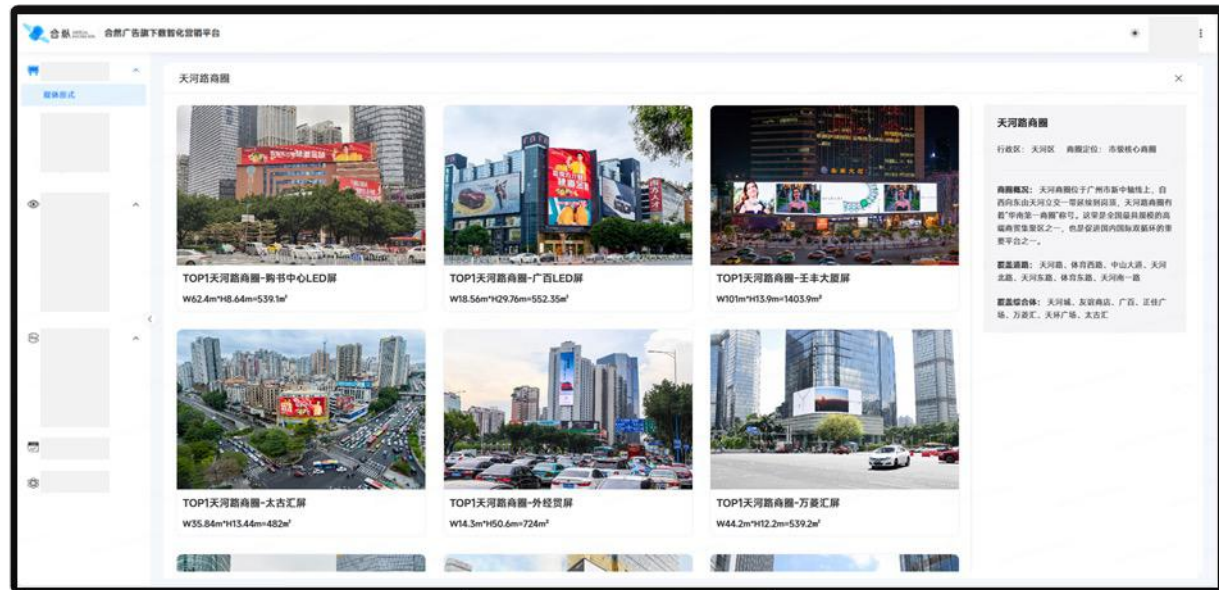
依据媒体属性呈现 凸显差异化价值

合纵媒体资源库展示 - 核心商圈示意

城市商圈展示



商圈屏体展示



使用说明

打破单一资源思考模式 紧跟市场需求聚类整合

B

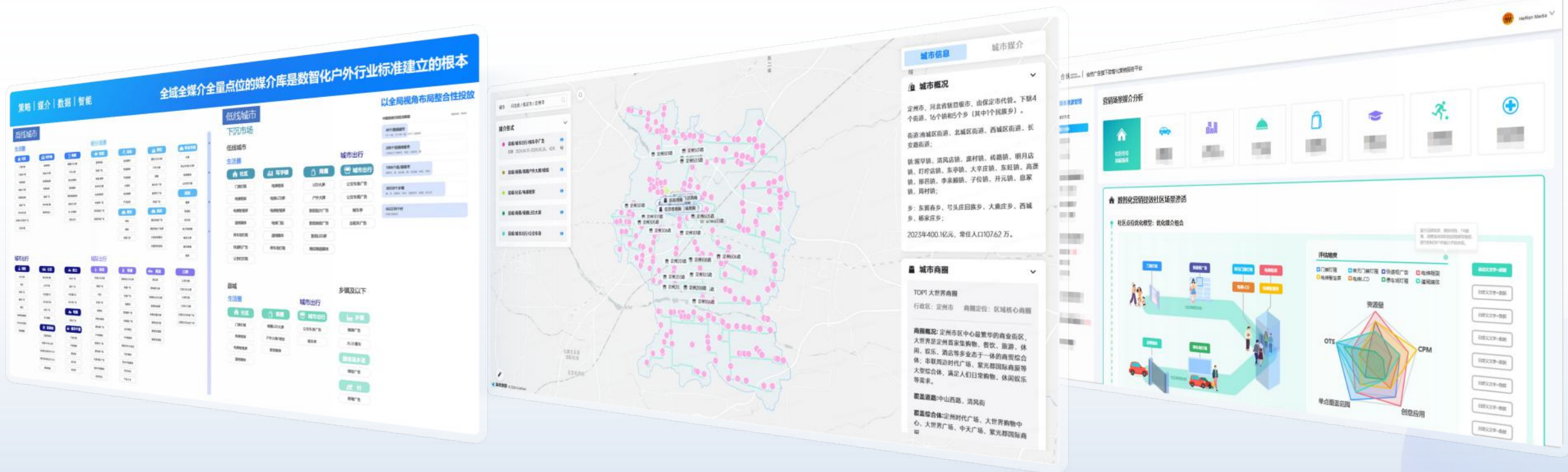
全量资源 整合可视化

打破国内原有单一资源方/单一资源形式进行评估和采买的方式，真正聚焦城域媒介概貌、消费者生活动线；帮助品牌解决总部和片区需求跨地域信息差，帮助品牌在资源全貌中做更准确的营销抉择。

✓ 全量媒介资源沉淀，紧跟市场需求聚类整合

✓ 鸟瞰城域资源布局，差异化赋能一城一策

✓ 消费者核心场景资源整合

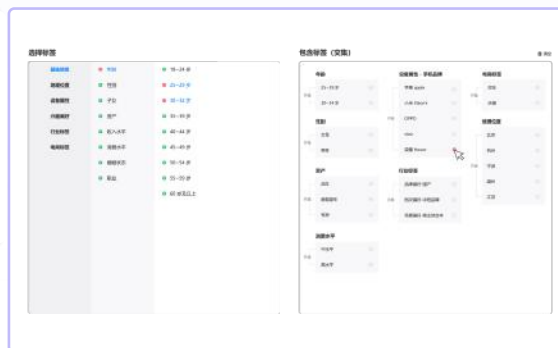


应用范围

头部大数据公司接入，赋能找准人圈准地，实现户外资源可量化

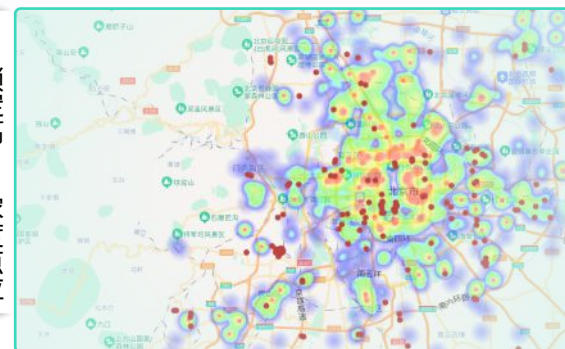
以人找场 | 通过大数据接入，实现精准人群包定制，并通过地图筛查高热力资源点位

选择人群包



大数据人群标签
全量点位打分

锁定高TA
浓度点位



以场找人



以人找场

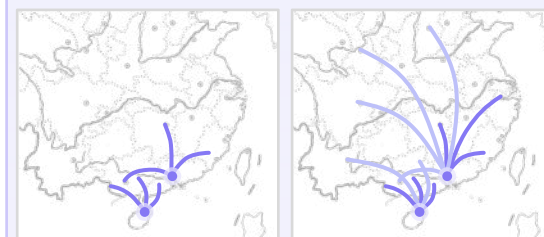
以场找人 | 通过地图POI场景，实现品牌核心终端渠道/场景进行全量筛查优质点位

锁定POI场景



大数据赋能

追踪人群动向，
包围式渗透



场

根据目标场景圈地找人
包围式渗透

应用范围

找准人 - 狙击核心人群聚集地

智选模式



TA 浓度选点

- ✓ 200+人群标签：年龄，性别，兴趣，爱好，常出没地，消费习惯等
- ✓ 核心城区限定
- ✓ 聚焦目标媒体类型/形式
- ✓ 多样化物理筛选条件：面积/楼龄/楼盘类型等



应用范围

圈准地 - 网罗高相关零散场景



地理围栏选点

丰富的POI点位

- ✓ 30万+ 母婴高浓度点位
- ✓ 30万+ 大健康高浓度点位
- ✓ 10万+ 司机高浓度点位
- ✓ 30万+ 美容养生高浓度点位
- ✓ 20万+ 运动场景点位
- ✓ 50万+ 食品饮料点位

地理围栏可视化

- ✓ 营销门店地址
- ✓ 选择围栏半径
- ✓ 多维筛选条件
- ✓ 可视化点位呈现

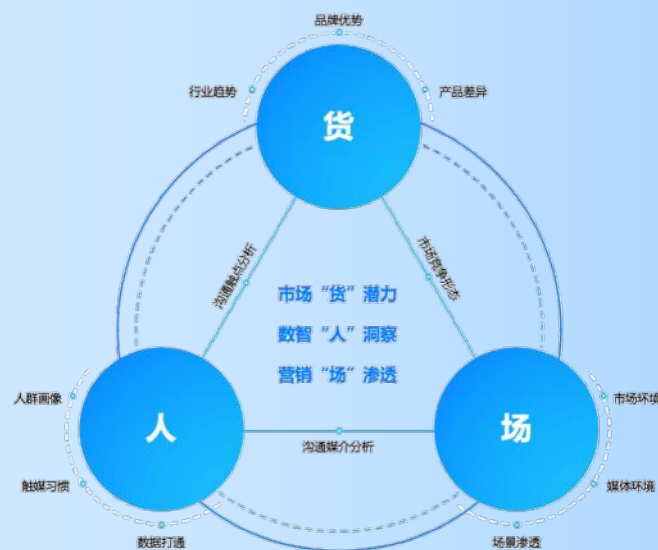


应用范围

大数据加持，策略更智能

全域媒介分析，以全局视角布局整合性投放，设定差异化的媒介策略及媒介组合；行业经验垂直纵深，深探最符合各个垂直行业的媒介实战方法，多因子组合优化策略最优解

媒体组合智选体系



融合多方数据

营销技术 Mar Tech

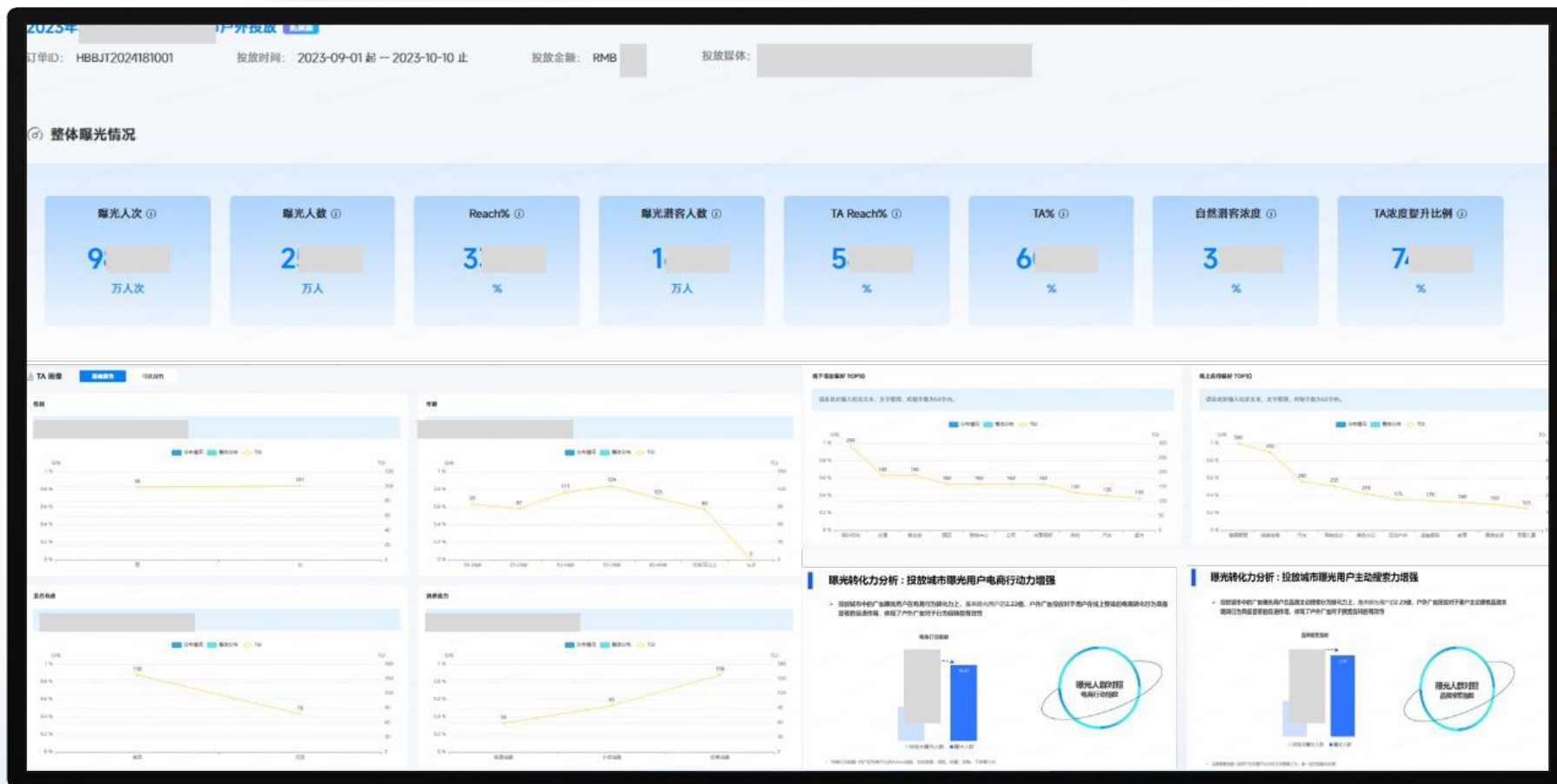


最优媒介组合及媒介选择



应用范围

效果可测量 可量化 可复盘



应用范围

数据可回流 实现全域营销

再运营再优化

目前合然广告已经与多家头部公司进行测试和演练，可实现下面几个重要跨媒介的再运营

● 大屏增频强化家庭触达

如，家庭智能电视（OTT/PTV）追投社区户外广告人群，
提高短期营销触达频次

● 全屏通叠加目标受众触达

如，日常品宣（OTV）和大促户外资源人群整合，进行mixreach频控，实现触达面最大化

● 全方位视觉围剿

如，大促期间品牌地标户外广告人群与线上效果类数字媒体进行追投重定向，提高跨屏蓄水效率最大化

● 口碑种草降本增效

如，户外人群回流社交媒体，结合种草口碑内容，对目标潜客进行心智狙击，提高站内闭环的效率

● 终端收割提效

如，户外投放数据回流电商平台，增强平台潜客容量，实现跨终端渠道拦截，助力拉新效率



使用说明

规范高效的工作流程

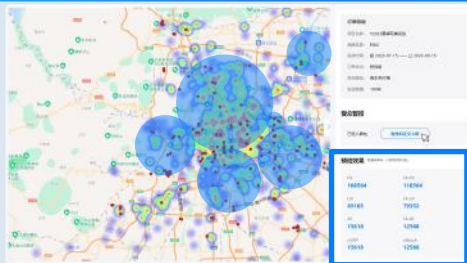
1、投放需求沟通



2、定制化智投媒介策略



3、根据TA全域优选点位生成智选投放方案



4、智投管理执行落地及管控



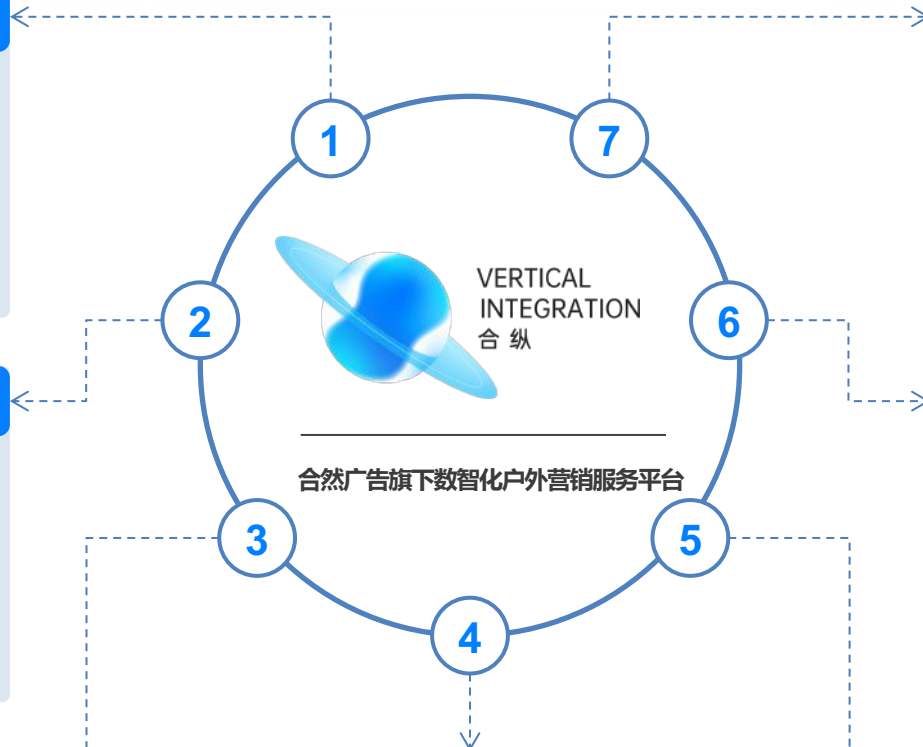
7、再运营再优化



6、全域效果评估



5、完善的监测体系 投放监测+



应用实例及效果

2023年国际数字营销奖 - 案例金奖

金奖案例【某世界级烘焙品牌区域保卫战 - 首个户外跨媒介全量数智化营销案例】



合然广告利用自主研发的【合纵户外数智化平台】帮助世界级烘焙食品品牌实现国内市场保卫战，联手阿里天攻智投，实现首个户外跨场景/跨形式数智化营销的案例，通过传统媒体结合大数据数智化营销，解决难测量，难追踪，难再运营的难题，帮助品牌进行新销售市场的拓张和渗透。

曝光效果

● 双城曝光效果佳，潜客触达提效明显

> 户外广告以全量户外资源库整合点-线-面的强大曝光优势，帮助品牌在9月迅速拉升目标城市的渗透率；

目标双城总渗透率高达 **30%+**

> 联手阿里天攻智投的大数据赋能户外全量点位优选，投放后双城整体曝光潜客浓度；

相比自然潜客浓度整体提升 **70%+**

● 品牌资产流转赋能

通过户外投放点位曝光人群回流，借助天攻智投与天猫淘宝的底层数据匹配优势，帮助量化更多维度的户外广告投放效果（PV/UV/TA%）

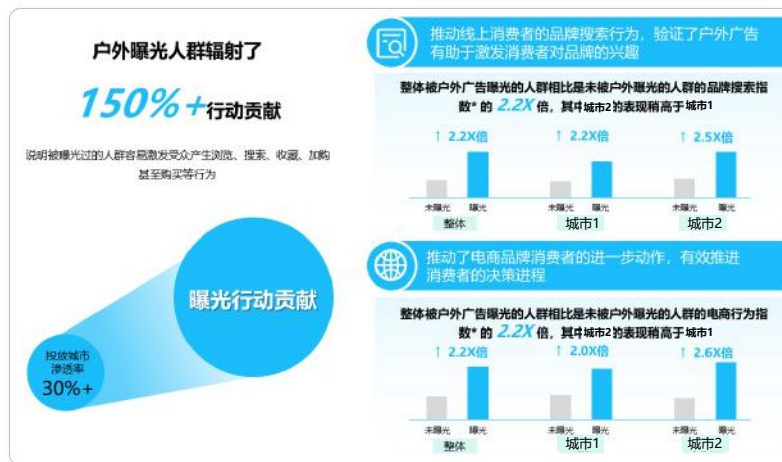
电商影响效果



为电商积累大量新客人群，为品牌线上线下的全链运营工程建立一座良好桥梁

户外曝光人群数据为品牌及品牌店铺

新增可运营人群资产占比达 **99%+**



投放点位人群画像验证

家庭成员画像明显，符合品牌意向的目标人群

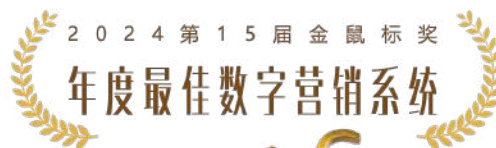


*数据来源：天攻智投 *曝光行动辐射比指曝光城市覆盖对应的曝光行动贡献的指数化比值，辐射比值越大代表广告曝光人群的行动转化影响越显著。其中曝光数据与电商行动均在数据安全岛中进行匹配完成。

*品牌搜索指数=指用户在阿里平台内的主动搜索行为，做一定的指数化处理；电商行动指数=用户在电商平台的Action指数，包括搜索、浏览、收藏、加购、下单等行为；

应用实例及效果

行业权威认可



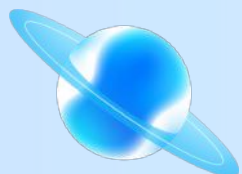
应用实例及效果

抓痛点



在过去十年间，国内主流媒体和头部数据公司，都在户外数智化上不断研究，不同深度地体验到数智化的价值。然而，受限于**户外资源分散，区域间资源差异化大，整合难，数据技术应用门槛高的痛点**，一直没办法实现全量整合数智化，导致户外营销效果因为无法衡量，一直被低估。但是，好的媒介平台从来不会被忽视，品牌在中国户外市场年总投入超2000亿的预算体量，及每年10%+增长的步速来看，户外的潜能不容忽视。

智解决



VERTICAL
INTEGRATION
合纵

合然广告基于户外整合营销10年的经验，希望以最丰富的前线营销经验，对数字化技术的敏锐触觉，以及对长年合作品牌商负责的初心，经过2年时间，通过数字化服务转型，融合多方数据，创新性突破行业痛点，打造出国内首个户外跨媒介全量数智化运营平台-
【合纵户外数智化平台】，**让户外投放实现可测量 | 标准化 | 可量化 | 系统化**，开启户外“智”时代，让传统的户外媒体曝光转化成品牌数字资产！此举得到众多品牌客户的支持，及大量风投的关注。期待未来，合然广告能在创新力量的加持下，帮助更多品牌商实现差异化区域户外数智化的需求，实现户外+整合降本增效，帮助品牌实现跨区域，跨媒体全域营销。