

# 可口可乐电商投放作战室

**参选类别：** 年度最佳数字营销工具

## 简介

**开发背景：**

随着 2018 年可口可乐不断上线新品，电商成为了新品推出及销售的一大重要渠道，可口可乐十分重视在电商上的广告媒体投放，同时面临更多来自各类平台的挑战：①中国消费者越来越挑剔，②中国线上媒体选择多样化，③广告投入对生意增长的实际贡献等。那么，如何把控媒体投放有效性，做到媒体投放对生意贡献可监控及可优化？

所以，我们决定在 2018 年双十一期间 launch 定制化电商媒体投放作战室，解决方案：

**开发时间：**

- 1、功能框架及界面设计：9/15/2018-9/28/2018
- 2、程序开发及数据对接：10/8/2018-10/30/2018
- 3、WAR ROOM 在可口可乐上线：1/11/2018-11/0/2018

**核心目标：** 实现线上媒体投入有效性监控及优化

①数据透明化：广告主和媒体代理同步看到数据，没有信息间隔

②数据时效性：自动抓取线上媒体投放数据，做到数据实时更新，提供给广告主及媒体代理更敏锐的洞察

③缩短决策时间：广告主及媒体代理同步获取媒体效果数据，可以立即进行优化策略讨论及决定

④准确的优化方向：实时数据反馈可以在媒体投放的过程即时优化并且基于数据做出正确的优化

**使用群体：** 各大有线媒体投入并且希望把控媒体投入有效性的广告主及媒体代理方

## 使用说明

**实现功能：**

- 1、数据界面可视化：集合各个数据来源（媒体、销量、数据公司），数据可视化呈现，数据更透明

直观，屏幕 1 可以看到销量及产品相关数据，以及对比竞品之间存在的 gap；屏幕 2 可以看到媒体投放数据，可以直观看到媒体每天的效果及与预期目标之间的差距

2、实时优化：所有的数据进行每天更新，广告主及代理商共同使用这套工具，每天可以同步看到数据的变化，实时讨论优化策略并直接进行实施，缩短了决策时间

优化方式：

真正实现实时数据更新，而不止是每天更新

1、在电商平台直接用爬虫抓取数据，不再需要人工拉报表，可以做到实时更新；

2、与数据公司实现 API 接口对接，缩短数据交接时间，做到实时更新数据

(以下屏幕数据均为 demo 数据，非真是数据)



屏幕 1：电商媒体投放销量及产品信息（按日期选择，即可显示当天数据及 YTD 累计到当天的数据）

I -2018 KOL EC SALES：提供①当天及当月累计的线上销售总数据，②电商媒体投放贡献的销售总数据，③线上商品在架率及价格

I -1-KO EC TOTAL SALES：点击 I -①销售数字跳转至京东天猫两个平台销量、产品、趋势变化信息

I -2-KOL EC PAID MEDIA SALES：点击 I -②电商媒体投放销售数字跳转出京东天猫两个平台由媒体投放带来的销量、产品、趋势变化信息

I -3-AVAILABILITY：点击 I -③在架率即可跳转可口可乐各个线上产品京东及天猫两大平台在架率信息

I -4-PRICE AND COMPLIANCE: 点击 I -③价格即可跳转可口可乐及主要竞品在京东及天猫两个平台的当天定价信息



屏幕 2：电商媒体投放数据监控(按日期选择，即可显示当天数据及 YTD 累计到当天的数据)

II-2018 KO EC PAID MEDIA DATA: 显示①媒体投放表现数据

(COST/CLICK/ORDER/SALES/CTR/CVR/AVERAGE PRICE) ② 媒体投放效果 (CPM/CPC/ROI)

II-1-KO EC PAID MEDIA DATA:点击 II -JD/TM 跳转出京东及天猫两个平台的投放表现数据

II-2-KO EC PAID MEDIA DATA: 点击 II -1-SEM/DMP 跳转出京东及天猫两个平台分别的关键词优化及 banner 数据表现

II-2.1/2.2: 点击 II -2-BANNER 跳转京东、天猫两个平台分别定向人群包及素材表现数据

## 应用范围

线上媒体投放效果监测

## 应用实例



1、WAR ROOM 实操：在 2018 年 11 月上线可口可乐 WAR ROOM，以双十一电商媒体投入为契机，在双十一期间，每天上午汇总各方数据公司提供的数据（Syntun 提供销量数据，Clavis 提供货品在架率及价格数据，凯络提供电商媒体投放数据），中午电通程序化部门完成当天数据更新，广告主及媒体代理公司每日下午 4 点对前一天的投放结果进行数据回顾，从 WAR ROOM，可以直接看到数据的变化情况，根据今天的数据表现进行明天的投放调整，做到实时优化。

2、可口可乐 GM-Brian 对 WAR ROOM 进行评价，请从链接中查看视频：

[https://globalappsportal-my.sharepoint.com/:v/g/person/berry\\_wu\\_carat\\_com/EeVJL-5sz2RIsbjMxxrVQUsBl2VLFUv-X8ZRZXMphSA\\_hw?e=gN6Bbf](https://globalappsportal-my.sharepoint.com/:v/g/person/berry_wu_carat_com/EeVJL-5sz2RIsbjMxxrVQUsBl2VLFUv-X8ZRZXMphSA_hw?e=gN6Bbf)

For me, WAR ROOM is not a nice capability we need to try on but it' s indeed a discipline we need to build to win in the marketplace of E-commerce in china, it actually help us to drive accountability accuracy and agility as layer in the mass framework so the whole idea war-room is a connect dot that drive sales , commercial and marketing function of E-commerce team. So that we have on time visibility of how we perform on a day by day basics and be able to make a sum decision to win in the marketplace. So this is our first ever try our version 1.0, I' m sure that we will have a lots more cases to come.