

淘宝双 11×小米，让红包飞

广告主：手机淘宝

所属行业：电商

执行时间：2018.11.01-11.11

参选类别：移动营销类-展示类

营销背景

从 5200 万元到千亿元级销售额，过去 9 年的“淘宝双 11”电商购物节，用爆发式的增长证明了消费市场的巨大潜力。2018 是淘宝双 11 的第 10 年，作为老牌电商，淘宝存在如下挑战：

已覆盖一二线城市大部分用户，如何获取更多新客？

双十一期间，京东、苏宁易购、拼多多、唯品会等平台推广层出不穷，如何突围？

营销目标

1、传播声量：引爆淘宝双十一热点，营造“双十一就是上淘宝”的购物氛围。

2、传播效果：

新用户获取——提升手机淘宝 APP 的下载量

老用户激活——提升老用户调起手机淘宝 APP 使用量

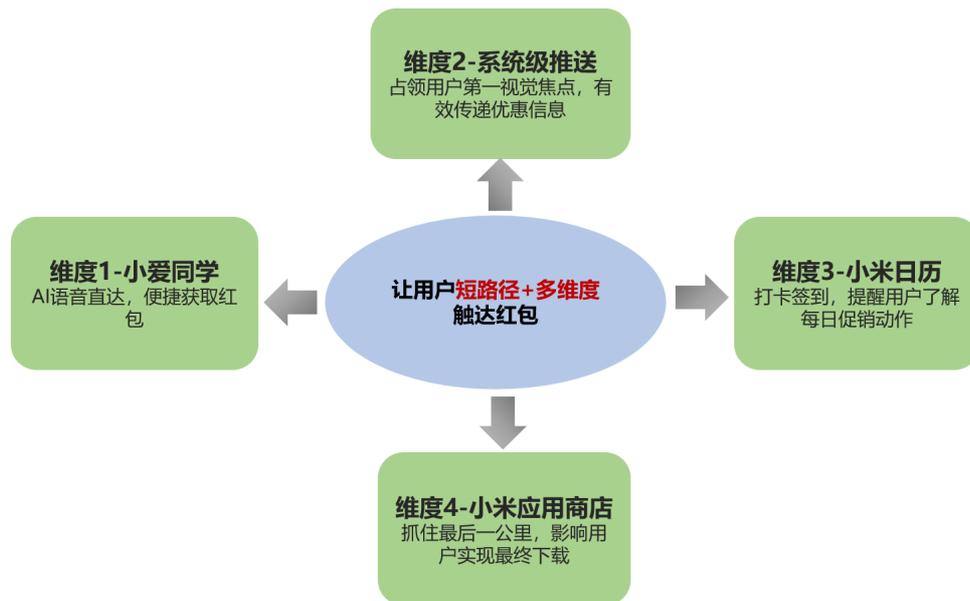
策略与创意

【营销洞察】

双 11 期间，除了商家折扣外，“红包”是吸引消费者购物的最接地气的手段。因此，各电商平台纷纷在此期间进行大促推广，并广撒红包。

【营销策略】

以“红包”作为切入点，发挥小米手机厂商级资源优势，抢占入口，让用户**短路径、多维度**触达红包，从而激发用户直切淘宝购物场景。



执行过程/媒体表现

亮点 1——【红包说来就来】AI 语音直达，便捷获取红包优惠

“小爱同学”作为小米手机中的智能新通路，当用户对着手机说出关键词（双 11、红包等），即可直接跳转到淘宝红包页面，领取优惠并下单购买。针对未下载用户，也可引导用户去下载淘宝 app，实现高效转化。

#小爱同学# 是小米手机中的智能语音助理，让用户复杂操作变成一句话的事儿，目前已搭载在“小米 AI 音响”、“小米手机”等硬件，（月活用户数超 3400 万，累计唤醒超 80 亿次）



亮点 2——【优惠随时随地看】第一视觉焦点曝光，有效传递优惠信息

当用户还在担心找不到双 11 红包时，通过小米手机中各类资源展示，触达用户的第一视角，优惠随时看随时领。

- 1、通知广告：在手机第一界面呈现，精准触达新老用户；
- 2、系统浏览器：用户在使用小米手机进行搜索行为时，搜索“双十一”、“双 11 购物”等关键词后呈现大屏淘宝场景，全面拦截竞品；
- 3、红包雨：手机第一界面，弹出 push，红包拿到手软。



亮点 3——【促销打卡天天有】打卡签到，每日优惠不再错过

从 11 月 2 日-11 月 10 日，小米日历每日发布不同优惠红包，提醒用户了解每日促销动作，持续关注淘宝。可在期间进行好物的筛选和加购，随时随地打开日历领取红包，减少用户流失。

小米日历-每日提醒



亮点 4——【专业推荐锁新客】抓住最后一公里，影响用户实现最终下载

打造商店品牌日，以厂商角度专业推荐背书，激励新用户下载首选淘宝 APP。

【商店品牌日-风云榜推荐】

【商店品牌日-行业分类第一类】

【商店品牌日-红包专场推荐】



营销效果与市场反馈

通过 AI 语音直达、多维度推广，淘宝双十一推广最终实现了品效合一。

【品牌曝光】共 4 亿+

【效果转化】新客下载量 90 万+，老客激活量 1000 万+

【客户反馈】抢占了小米入口靠前、精准覆盖、流量极大的资源，降低了整体项目成本，在手机厂商中可以玩的花样较多，带给米粉更好的电商感受。