

## 中国国际家具展整合营销

广告主：上海博华国际展览有限公司

所属行业：家具展会

执行时间：2019.08.26-09.10

参选类别：搜索营销类

### 营销背景

博华展览目前是全球第一展览公司，旗下共有包括家具展、酒店用品展、医疗及医疗设备展、能源展、游艇展等二十多个不同品牌展会。本次项目涉及其 9 月开展的家具展，也是博华旗下最大的展会，客户在其他线上媒体投放过大量展示类广告，希望通过此次合作为契机，与客户达成深度合作意向，将针对展会的搜索+展示类合作模式复制到公司其余展会。

### 营销目标

提升家具展到展率及知名度；吸引更多 B 端家具展商到展；沉淀点击人群进行复投，且希望通过本次传播形成行之有效的展会类节点营销整合规划，并复制至旗下其余展会。

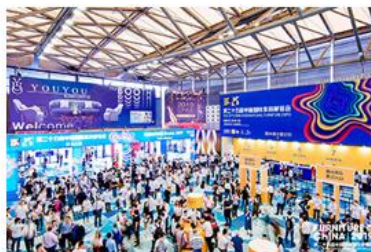
### 策略与创意

1、投放策略：完成短期引流会场目标除外博华更需要积蓄品牌势能。

#### 投放策略

##### 精准曝光、精细转化、持续运营

- 投放策略：手机百度作为超级流量入口，能够完成对于品牌、产品强曝光的诉求。利用黄金资源开屏&地图开屏&信息流GD，高效提升品牌曝光与检索，利用沉淀下来的人群资产进行长期的用户运营。
- 投放时间：2019年8月26日-2019年9月10日  
投放地域：江浙沪地区
- 投放优势：本次投放利用Omni-Marketing+汇客工具进行精细化人群锁定并拓展同事圈层，多维度并集定义“B端参展商人群”使投放更精准。



2、人群精准定向：多工具联动，精准锁定同类展会人群及广告历史点击人群等，满足客户 B 类专

业人群需求。

## 多维度人群定向，提升人群多样性



3、总结：全域投放助力客户展会“三高”。

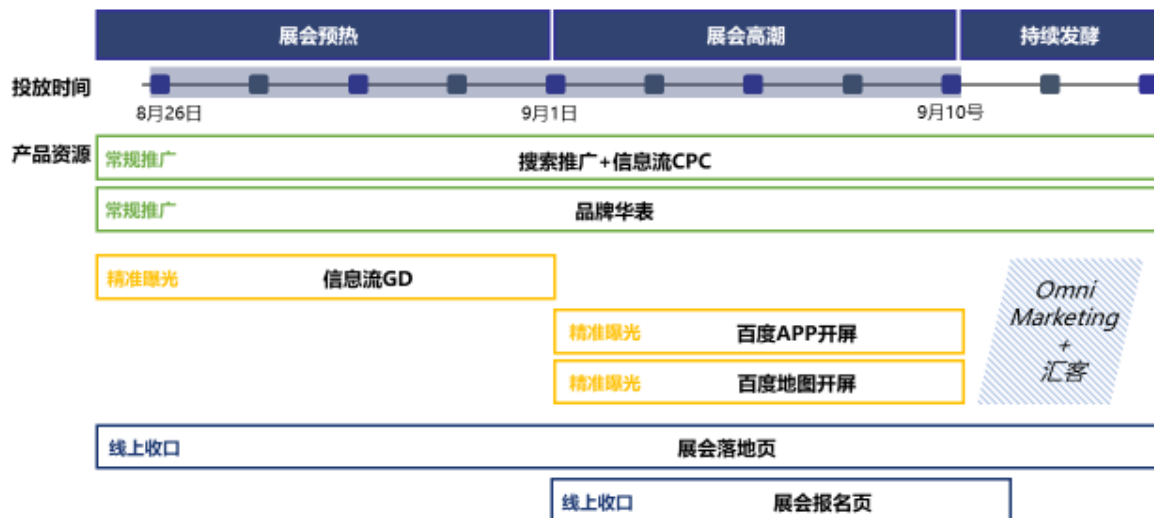
## 本次展会有“三高”



## 执行过程/媒体表现

投放节奏规划：从预热到开展，6大核心产品实现精准饱和营销。

## 百度系核心产品覆盖，多次触达实现饱和营销



## 营销效果与市场反馈

### 百度指数飙升

投放后，家具展百度指数飙升至**282%**，网民关注与参与度大幅提升。



## 地图开屏远超预期

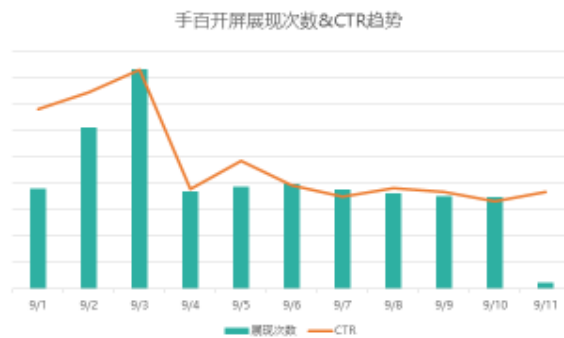
725w+ 人看到家具展地图开屏, CTR高达3.55%, 远超均值



由于地图使用场景原因, 点击量普遍低于手百 (多为开车导航)  
本次投放CTR远高于行业均值

## 手百开屏千人千面

221w+ 人看到家具展手百开屏, 物料数量多达8套



投放初期CTR较高, 展现次数及预算相应提升  
整体CTR较为稳定, 略高于行业均值

## 品牌势能逐步显现

品牌检索量**提升明显**，家具展势能**加速储备**



投放后核心展会关键词中国国际家具展、摩登上海家具展声量大幅提升，家具展口碑及好感度进一步加强

## 人群沉淀再次触达

**26W+** 核心竞品人群 & **38W+** 广告点击人群积累



百度系产品  
展示类点击人群38W+



手百开屏、地图开屏、信息流GD  
品牌华表、搜索推广.....