

阿里妈妈

官方网址：<https://www.alimama.com/index.htm>

参选类别：年度数字营销影响力技术公司

公司简介及核心优势

阿里妈妈是谁？

阿里妈妈是阿里巴巴集团商业数字营销平台，依托集团核心商业数据和超级媒体矩阵，为客户提供全链路的消费者运营解决方案，让商业营销更加简单高效，实现让天下没有难做的营销。

使命：让天下没有难做的营销。

定位：为阿里生态客户提供全链路的整合营销服务平台。

集团内角色：阿里巴巴商业操作系统的商业营销组件，阿里生态体系内的商业数字营销中台。

核心竞争力：

商业营销是阿里妈妈非常核心的竞争力，形成了我们的竞争壁垒。很多其它的生态，在做 marketing 的时候，都想办法把营销和结果区分开。在这个地方我们可以非常勇敢自信的说，阿里妈妈就是一个商业化的营销平台，我们帮品牌直指最核心的商业化目标，即销售和利润。

传统营销一直依赖的经验法则正在逐渐崩塌，而且速度越来越快。如何在消费者决策链路无序化的情况下，随时随地的抓住消费者，阿里妈妈正在带动整个行业的营销方式革新，用新的理念、新的方式、新的技术、新的洞察、新的标准来适应新的营销环境和需求。

新营销要满足三个条件：“以消费者为中心，数据赋能，AI 驱动”，推动数字营销变革。未来营销必须依靠商业数据和人工智能，才能帮助品牌和消费者实现大规模、个性化沟通，千人千愿，甚至是千时千愿。

我们也在试图用新营销的这三个要素去接近营销行业里存在的一些难题。例如，“我花费的广告预算有一半被浪费了，问题是我不知道是哪一半。”如何衡量品牌营销效果，始终是困扰营销人的终极问题。今年发布了阿里妈妈购买意愿指数（Alimama Purchase Intent Index），突破性地解答了这一问题，即通过阿里妈妈独有的数据、技术能力，将 Purchase Intent（消费者购买意愿指数）充分数字化，从而直接衡量每次品牌整合营销投放对消费者购买决策的影响。每个品牌在营销活动上的投入都是巨大的，如何衡量营销对业务增长的影响是 CEO 和 CMO 的重要课题。透过这个指标，我们希望能帮助 CMO 们正名，从 Chief Money Officer 首席花钱官变成 Chief Growth Officer 首席成长官。

核心优势：



数字营销领域突出成绩

一个地域偏、资源少的小商家，没有开门店、拓渠道、砸广告，如何创立三个月成为行业第一，7年后成长为双 11 营业额突破 10 亿的品牌，直至成功上市？

在中国，电子商务和数字营销的发展，造就了这样的奇迹：通过数据技术降低了中小企业的营销门槛，为他们提供了发展机会。阿里妈妈帮助了许多电商初创品牌通过数字营销走进千家万户。

过去十二年，阿里妈妈帮助数百万个品牌和商家在天猫、淘宝，乃至优酷、高德、微博、抖音、分众等媒体上推广他们的商品，找到他们的消费者。

通过打造实时、开放、透明的数字广告交易平台，连接数百万的商家和上千家媒体，让有价值的广告位置像商品一样交易。本着“让天下没有难做的营销”的使命，2007 年阿里妈妈成立。

当时每天有近 1000 万的人在淘宝上“逛街”，而商家只能被动的等待“宝贝”被挑选。电子货架式的“陈列”方式需要打破。商家希望获得主动营销机会。这一年淘宝直通车上线，阿里妈妈创造了电商搜索广告。两年后，钻石展位上线成为最早的电商展示广告。满足了商家把商品和品牌快速、直接地展示给消费者的需要，让一大批商家和品牌在电商大潮里站稳脚跟。

数字营销探索从未停歇。程序化实时竞价模式的引入，让每个在线广告时刻位都能发挥价值，避免浪费。2012 年，阿里妈妈发布了国内首个程序化广告交易平台 Tanx。

面对不断丰富的数字生活，如何找到合适的用户并持续沟通，成了数字营销新挑战。2014 年，阿里妈妈推出了数据管理平台达摩盘，帮助商家实现人群的精细化运营和管理。

2017 年，全域营销的提出颠覆了从单一 Campaign 维度衡量营销效果固有思维。每一笔营销花费都能够沉淀成可衡量、可持续运营的消费者资产，真正把营销变成投资。

移动互联网时代的信息碎片化，让营销从“人找货”变为“货找人”，推荐信息成为影响消费者决策的因素之一。2019 年，信息流营销产品超级推荐诞生，帮助商家和品牌提前充分理解消费者需求

变化，把握营销机会。

面对消费者决策链路无序化的挑战，阿里妈妈提出了“数智化的消费者运营”，以消费者运营为中心，用 AI 等技术，帮助品牌和商家洞察消费者心理，衡量消费者变化。Alimama Purchase Intent Index 阿里妈妈购买意向指数 (Alimama PI) 将 Purchase Intent 消费者购买意愿充分数字化，为品牌提供了更长期、动态、一体化的评估体系。与此同时，阿里妈妈正推动全域营销实现规模化落地。

数字化浪潮推动了营销行业数字变革，阿里妈妈通过数据智能让营销更简单、高效，让天下没有难做的营销。

服务的主要客户

欧莱雅、联合利华、百事、康师傅、耐克、百丽集团等。