

灵悦·视频 AI 全域营销平台

参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

极链科技研发的「灵悦·视频 AI 全域营销平台」，以“AI 智能投放+大数据挖掘”为基础，以智能场景投放、视频全域直达、精准洞察用户为目标，建立了一套完整、专业的产品、技术和服务体系。

「灵悦·视频 AI 全域营销平台」能够提供包括 AI 场景广告（ASMP 广告）、视频电商、视频互娱、效果广告等多种业务形式的精准营销服务，带来全时全景全域的智能视频广告，适用于品牌宣传、移动下载、电商分享、销售线索收集等多种推广需求，帮助广告主实现品效双赢的智能推广。

作为视频 AI 全域营销平台，「灵悦」已接入包括爱奇艺、优酷、腾讯视频、芒果 TV、抖音、快手等主流视频媒体，银河互联网电视、CIBN、未来电视等 OTT 家庭大屏，以及小红书、今日头条、微博等社交媒体，实现移动端、PC 端、OTT 端三端流量覆盖。

「灵悦·视频 AI 全域营销平台」通过 AI 智能识别视频场景，结合品牌投放需求和产品使用场景提供精准投放，让用户能有效获取到品牌智能推荐信息，实现品牌广告的精准覆盖和一站式营销闭环。目前，「灵悦·视频 AI 全域营销平台」已通过 VideoAI 视频智能系统实现 2012 年至今全网累计时长 15,600,000+ 分钟的剧目与「灵悦」系统间的复合双向匹配，并开发 965 类成熟商业化可投放情景。

同时，基于大数据场景下的用户挖掘，AI 可智能构建从人口属性、金融征信、通信行为、兴趣偏好、APP 偏好、常驻区域等六个维度的用户全息画像，针对目标用户移动端使用行为的典型特征进行校准修正，构建客制化投放人群包，为市场营销策略提供有效支撑。

完整全面的广告样式和多场景视频流量矩阵，「灵悦」让各行业广告主都能在最合适的平台，最恰当的场景，投放最适合的广告，进行 AI 和数据驱动的全域个性化营销推广。

使用说明

「灵悦·视频 AI 全域营销平台」提供广告模式有 ASMP 广告和效果广告两大类，大类下分别有多元化广告类型，合作伙伴可在灵悦后台针对定向人群包，进行一站式投放管理。同时，在投放过程中，将会从预计消耗、预估 CPC、预估 CVR、激活成本目标、设定出价五个用户最为关心得角度进行分析优化，降低客户成本，提高效果转化。

一、ASMP 广告：AI 智能化识别视频场景，锁定适合品牌、剧集、观众三者的情景，提供多资源、多广告形态的灵活组合投放。

- 1、创意气泡：痛点问题直击回复，品牌多次有效曝光，增强观众的参与感，有趣的互动体验；
- 2、智能云图：品牌信息强势引流，锁定情景精准投放，与产品特性强相关，引发情感共鸣；
- 3、智能中插：智能化精准匹配品牌广告，无缝连接场景，通过巧妙软植入，让广告出现的恰到好处；
- 4、趣味互动：多样化同屏趣互动环节，品牌多次曝光，高频互动增强观众粘性，场景匹配趣味互动；
- 5、云链海报：品牌推广强势引流，一键直达目标页，完成从曝光、吸引到购买的一站式营销闭环。



二、**效果广告**：汇聚海量流量资源平台，支持多种灵活精准的人群触达方式，为客户实现成本可控、效益可观、智能投放的互联网效果广告。

- 1) 视频流原生广告：竖版视频信息流，与视频产品完全融为一体，全屏展示无干扰；
- 2) 信息流广告：聚合流量端优质流量和丰富的原生样式，有效提升网页链接导流、应用下载、应用激活等行为；
- 3) 开屏广告：移动流量曝光的黄金入口，动静态全屏展示，视觉冲击强，全屏位置可点击支持直达；
- 4) Banner 广告：在 APP 界面顶部、中部或底部出现的静态图、GIF 图、文字链，或多帧图片滚动的广告形式，阅读路径原生拦截，多样灵活包段形式。



应用范围

「灵悦」助力实现视频 AI 全域营销，「灵悦-视频 AI 全域营销平台」已接入包括爱奇艺、优酷、腾讯视频、芒果 TV、抖音、快手等主流视频媒体，银河互联网电视、CIBN、未来电视等 OTT 家庭大屏，以及小红书、今日头条、微博等社交媒体，实现移动端、PC 端、OTT 端三端流量覆盖。

应用实例

极链科技正集聚所有拥有视频功能或是即将上线视频功能的平台/APP/MTV 等流量主，打造去中心化平台，建立 AI 广告生态。目前主流热门视频媒体签订深度投放合作，聚合优爱腾芒等各类型电视剧/综艺视频资源，覆盖全网优质流量，保证投放视频质量。

「灵悦-视频 AI 全域营销平台」已服务数百国内外知名品牌，涵盖快消品类/餐饮美食类/数码 3C 类/美妆服饰/生活服务/汽车等各类型，为其提供 AI 智能广告投放以及更多广告服务。

应用案例---思念

1、营销背景：思念食品利用灵悦进行场景投放，通过 AI 解构海量视频内容，产生「餐厅」、「御膳房」、「饺子」等高精度投放标签。再结合灵悦提供的 AI 场景互动贴，进一步提升与用户的互动，最大程度提升广告的转化率。

2、营销策略：思念食品选择“金牌虾水饺”和“彩趣小小玉汤圆”两款产品进行投放，投放的标签以与“吃”相关的场景为主题，比如「餐厅」、「厨房」、「冰箱」，以及速冻食品比较集中的场景「超市」。同时，极链科技根据思念食品的品牌诉求，首次批量采用「用膳」、「御膳房」、「酒楼」、「集市」、「御花园」等古装标签，覆盖《延禧攻略》《如懿传》等大热人气剧集，平均热点点击率 CTR 达到 1.88%，实现了广告主精准投放的营销目的和效果。



应用案例---云集

1、营销背景：与“中国会员电商第一股”云集进行创新合作，为云集 516 四周年做宣传与广告变现，分别在优爱腾等国内头部视频平台进行投放，打破电商/快消行业传统品牌投放模式。

2、营销策略：围绕云集的 516 四周年的品牌诉求，为云集做了一套定制化投放策略，将投放周期分为 #预热期# 与 #爆发期# 两个阶段。根据不同阶段投放不同的价值标签与场景，所主推的商品和品牌也针对节点调整，比如#预热期#主推爆款商品的预售活动，而#爆发期#则针对云集站内的热门品类进行投放调整。通过 VideoAI 分析视频内容，筛选出#亲子活动#、#白领丽人#、#沐浴#等场景标签适合预热器的主推商品，再通过云图、气泡对话、云链海报等投放形式进行自动投放。爆发期结合云集“嗨购三天，不止 5 折”宣传语进行定制化设计，筛选出#商超便利#、#餐厅厨房#、#白领丽人#等视频场景价值标签。

