**Clarks×优酷投屏精准触达潮人，助力双11收割**

**广 告 主**：Clarks

**所属行业**：服装饰品

**执行时间**：2022.10.15-11.10

**参选类别**：OTT营销类

**营销背景**

进入10月下半月，各品牌迎来双11购物节蓄水期，Clarks与Clarks Originals双品线新品上市，希望打响双11攻坚第一战。

**营销目标**

投放优酷投屏互动广告，经过精准目标销售城市定向，借助投屏互动广告超高转化效果高效双11蓄水。

**策略与创意**

英国高端鞋履品牌**“Clarks”携“Clarks”与“Clarks Originals”双品线在双11购物节蓄水期投放优酷投屏互动广告**，大小屏创新联动直达电商转化收割，精准触达目标潮人，有效助力双11精准收割。

优酷OTT拥有近4300万市场领先的日活大曝光，洞察发现新生代使用互联网电视，越来越爱手机投屏播放视频，明略科技数据显示，投屏成为OTT场景的三大入口之一，用户渗透率已达到17%，近92%集中在20-39岁，且90%的优酷投屏用户都是移动端会员。投屏广告成为新高价值的年轻消费场景。

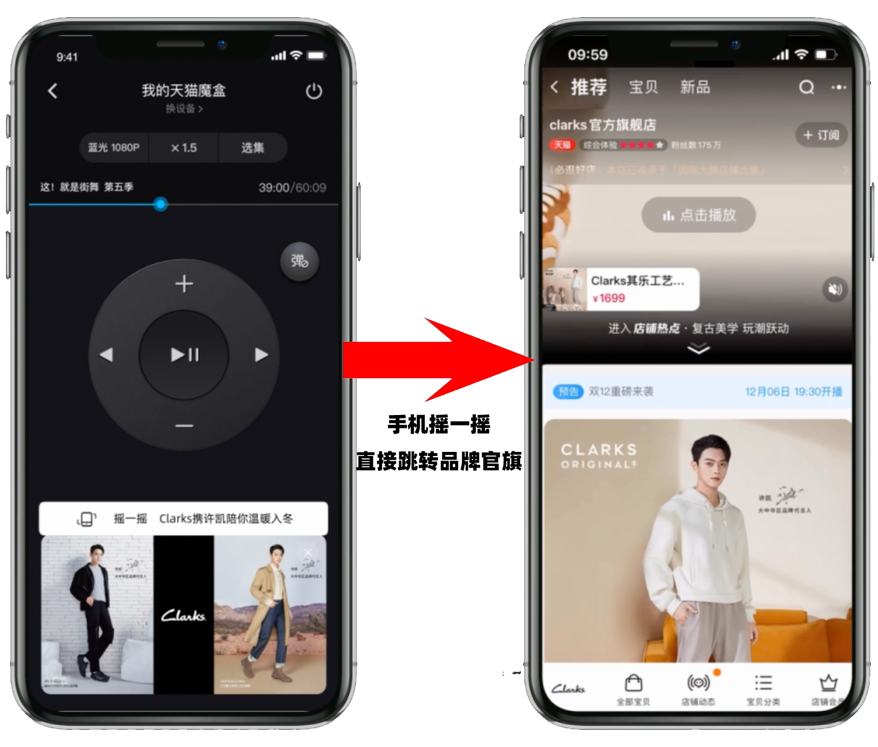
**Clarks新品×优酷投屏互动广告，优酷首创大小屏互动投屏广告形式，最短链路掐尖目标潮人，同时利用摇一摇功能形成超高转化能力，超低成本进店。为客户双11蓄水形成有效保障。**

**执行过程/媒体表现**

**Step1：双屏大曝光，定向重点城市，聚焦目标潮人，更高投放可见性**

****

**Step2：小屏支持摇一摇跳转，加速决策过程，最短链路高效收割**

****

**Step3：独家数据沉淀，实现“洞察-投放-评估”的全链路营销体系**

品牌主会获得包含曝光、点击、加购、成交等数据，并用于二次运营投放，相当于进入了品牌的私域。

**营销效果与市场反馈**

**1、互动直链**

摇一摇互动率**>10%**，比日常点击率**高5倍**。后链路消费转化**ROI>2**。

**2、掐尖曝光**

年轻高消费力人群TGI超平台均值，**电商新客超90%，25-39岁超75%，白领TGI超170。**

**视频**

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTkzNjMwNjQyMA==.html>

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTkzNDU2NzE4MA==.html>