

Lemon BI



LEMON BI

- **报送公司：**北京奇柠科技有限公司
- **开发时间：**2022年3月
- **参选类别：**年度最佳数字营销平台

LEMON BI 是桔柚科技旗下自主研发的数智营销自动化平台，开发时间为2022年3月，该平台基于与头部主流媒体、电商平台的官方API对接，为客户提供技术赋能的数据自动化、智能化和可视化为一体的智能提效营销技术平台，帮助企业提升运营人效，精细化运营，品效双升。

优化人力



数据智能与自动化，时效性提升，人效大幅提升降本增效，把有限的时间投入在更有价值的事情

精细运营



优化师、运营、分析师与策划，有更多时间用在深度分析、趋势洞察、投放优化与营销策略上

加深洞察



让产出复杂的分析维度与深度洞察变得简单，实现自定义多交叉维度对比与高时效洞察趋势

效果提升



加强实时跟踪效果增长，加深分析洞察，数据沉淀提升趋势分析，增加优化时间，有效提升效果

业务关联



管理层、策划层、执行层分角色与业务场景赋能，实现全局视野，关联各自价值和专注点，让数据更贴近业务

针对品牌营销过程中的数据使用痛点，通过**数智化营销技术**为全行业全品类的品牌客户提供服务价值

数据八大痛点：

多数据源整合
人工繁琐耗时
数据合规合法
数据实时准确
可视化针对性
符合业务场景
趋势洞察赋能
共享方便简易

业务场景

媒介

电商

私域

行业

提升

降本
提效

实时
监控

效果
优化

交付
提质

业务
提升

赋能

时效
提升

全局
监控

洞察
升级

策略
辅助

业务
关联

针对人群：为业务的各关键人员价值赋能

营销人员

- 整合多渠道，前后链路端数据
- 应用更符合实际需求
- 实时跟踪效果增长成果
- 做出更好投放策略与优化决策
- 辅助规划营销方案

管理层

- 全局视野营销与业务情况
- 降低投入与运营成本
- 数据安全合规
- 企业数智化转型

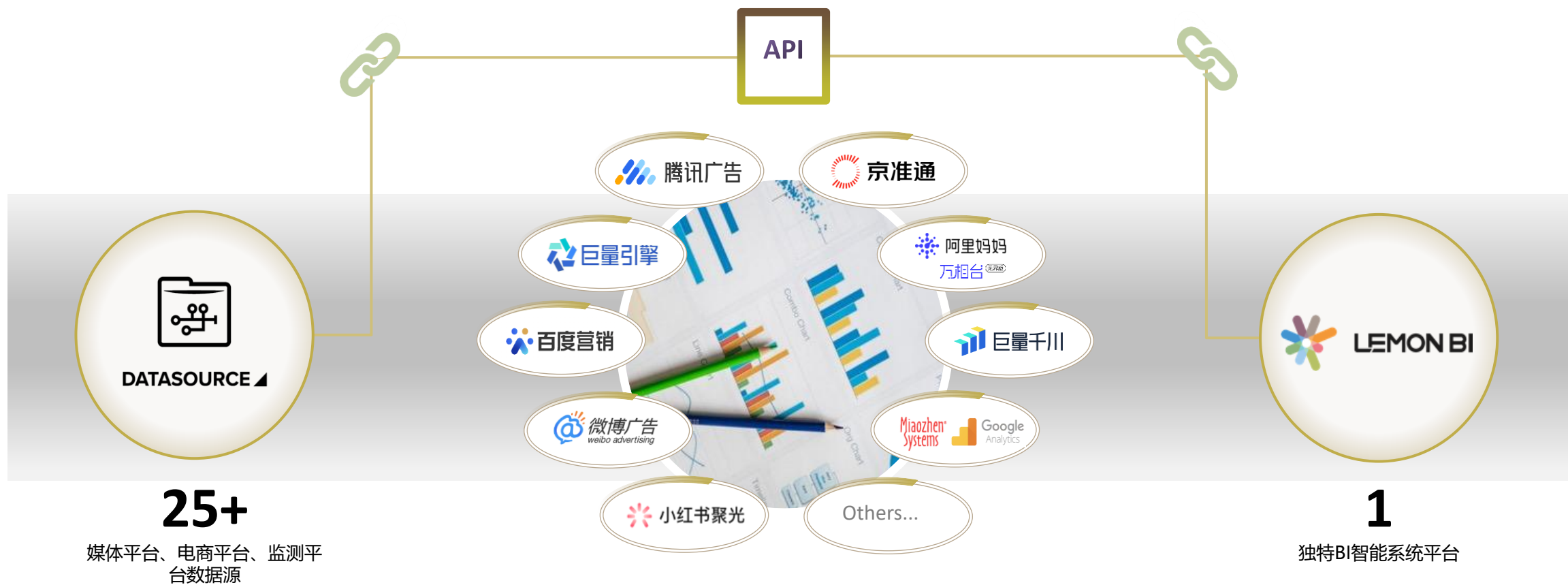
运营人员

- 编程小白也能使用
- 告别漫长日报制作
- 避免人工整理数据失误
- 实时监控与操作优化
- 快速上线与迭代应用

业务人员

- 消除内部外部数据孤岛
- 更贴近实际应用场景
- 随时随地可查阅
- 更好的关联到业务层面

核心优势1：自动化



核心优势1：自动化

API 技术赋能

API 数据自动化获取

减少人工数据下载

合规简易的授权方式获取投放账号的数据



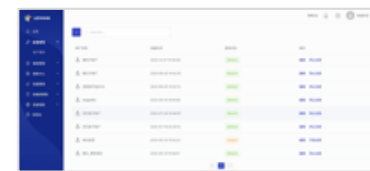
1. 授权卡片



2. 选择授权



3. 进行授权



4. 授权成功

官方、降本、增效

降低

人工下载操作

人工操作失误

运营花费时间

提升

数据时效性

数据准确性

数据更新频率

扩展

可用数据覆盖

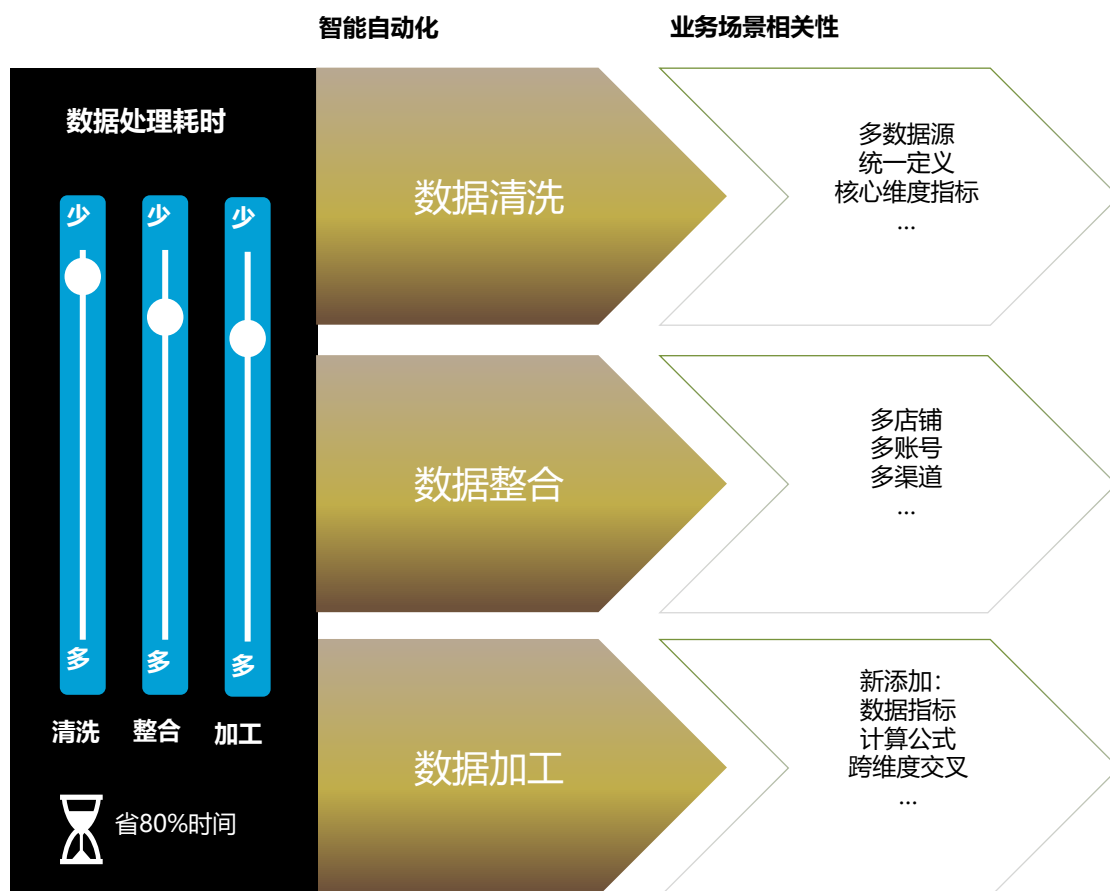
可用数据深度

可用数据场景

核心优势2：智能化

降本提效：降低人工干预与失误、业务相关标准化、简易定制化计算

把数据处理架构化、免人工，促进智能自动化加工



核心优势3：可视化



管理层/总监

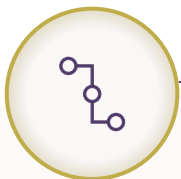
双11大促战略监控大屏（实时数据）



大促期间当天实时数据



大促期间累计截止实时数据



优化师/运营

实时优化师监控舱（实时数据）

本月核心KPI	T-1核心KPI	分日ROI	分渠道数据
触点人群	直投人群	京准通关键词	商智关键词



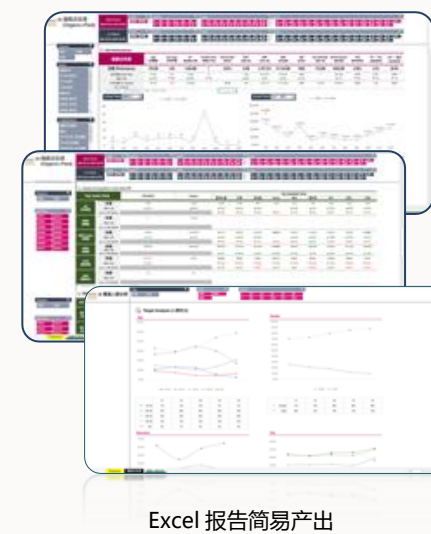
经理/策划

智能自动化日报驾驶舱（T+1，归因15天数据）



经理/策划/运营

自动化Excel日报（T+1）



提升运营效率



提升数据时效性

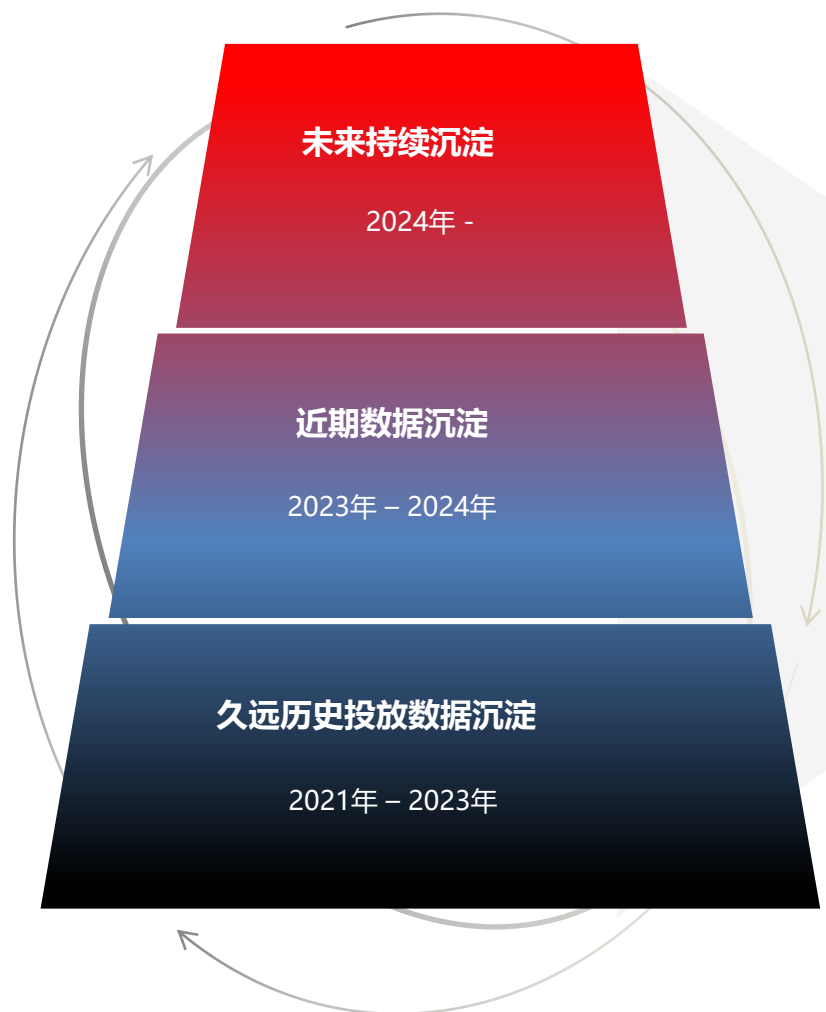


全局视野监控及时预警



深度交叉控盘洞察

核心优势4：资产沉淀



历史投放数据沉淀

无需受限于平台下载周期限制，无需人工存储，数据维度指标涵盖更全

同比效果

环比效果

历史表现分析

历史趋势分析

投放策划指导

营销策划辅助



2021年 - 2024年



历史数据沉淀



历史数据应用

核心优势5：分析升级

省时

快

- 快速查询效果数据分析
- 实时异常预警及时修正

全面

广

- 广泛多维度自定义对比分析
- 跨维交叉店铺 x 商品 x 人群 x 创意...

深入

深

- 深化数据多维同环比与KPI追踪
- 迭代加深可分析洞察交叉维度

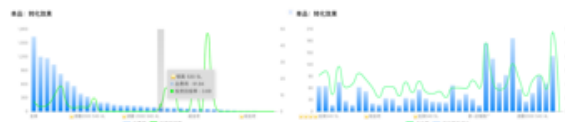
数智一体监控洞察，实现高时效复杂洞察趋势



各店铺整体重点指标投放与销售转化监控

店铺名称	同比	环比	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率
京东商城	同比	环比	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率
京东商城	同比	环比	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率
京东商城	同比	环比	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率
总计	同比	环比	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率

整体及各渠道同环比



SKU单品效果与转化分析

商品名称	品牌	销量	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率
商品名称	品牌	销量	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率
商品名称	品牌	销量	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率
商品名称	品牌	销量	转化率	ROI	客单价	下单转化率	下单转化率

创意素材效果与转化洞察



分渠道效果与转化分析

关联转化分析

多维指标跟踪

复杂趋势洞察

迭代同环比

深度交叉数据

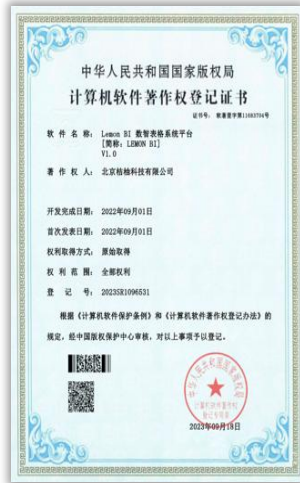
核心优势6：优化升级



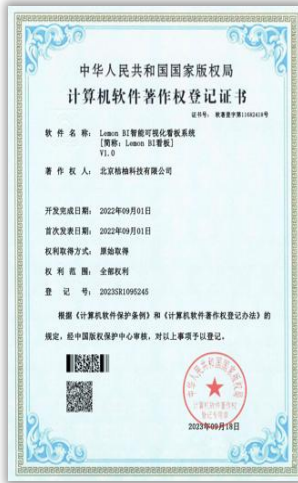
软著

专利

认证



【后端】数智表格



【前端】智能可视化



数据对比的API接口检测方法
及装置



大屏组件的控制方法、装置及
设备



多渠道业务数据的处理方
法及装置、存储介质、终
端



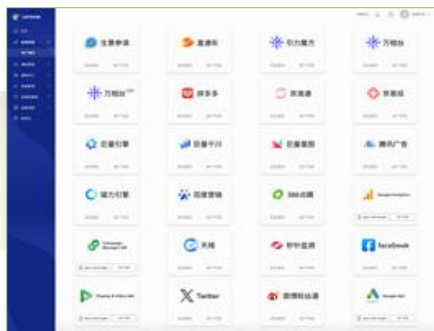
ISO/IEC 27001 标准认证
信息安全管理体系认证



国家信息系统安全等级保护
(三级)

产品功能

API数据自动化



接通

- ✓ 集成头部媒体、电商、监测平台数据源对接，授权即可用：京东京准通，腾讯ADQ，巨量引擎，巨量千川，阿里，快手，百度，微博、谷歌，等等
- ✓ 官方账户授权流程，安全合规
- ✓ 特殊与其他数据源：可模板化数据源批量上传或通过系统自有SFTP安全上传

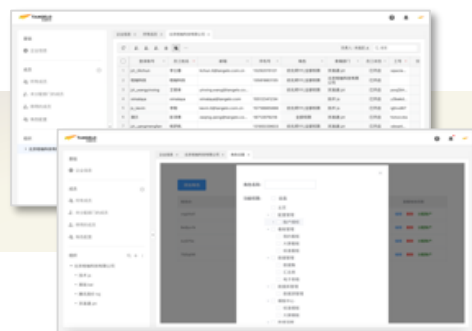
操作简单灵活



应用

- ✓ 简单易用的系统平台：API授权管理，数据管理，看板管理，模板中心，电子表格，账户管理，帮助中心应用操作流程清晰易用
- ✓ 无需会写代码，界面拖拉拽操作即可
- ✓ 特殊定制化数据处理，前端数据与后端数据整合，在线处理

账户管理简易

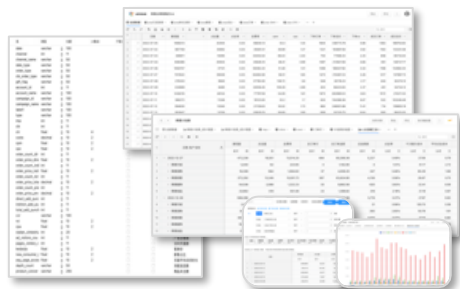


管理

- ✓ 企业账户管理灵活易管理，简易配置即可用
- ✓ 用户账户下的功能权限配置、数据隔离，确保数据安全和隐私
- ✓ 支持多用户同时在线
- ✓ 看板分享支持加密，限制编辑和品牌隐私
- ✓ 可根据集团、团队、个人配置

产品功能

数据获取与沉淀



数据

- ✓ 多数据源通过API官方合规技术自动化拉取，减少人工到各平台下载数据，降本提效
- ✓ 同时也支持非API数据源半人工通过系统上传数据和系统SFTP文件传输功能
- ✓ 可根据实际业务与应用场景支持自动化T+1或实时数据获取
- ✓ 品牌历史数据沉淀，持续沉淀数据可用于效果同比、环比和其他用途

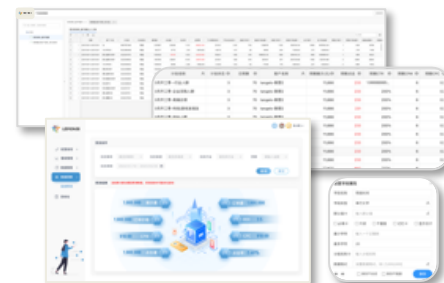
数据智能规范处理



处理

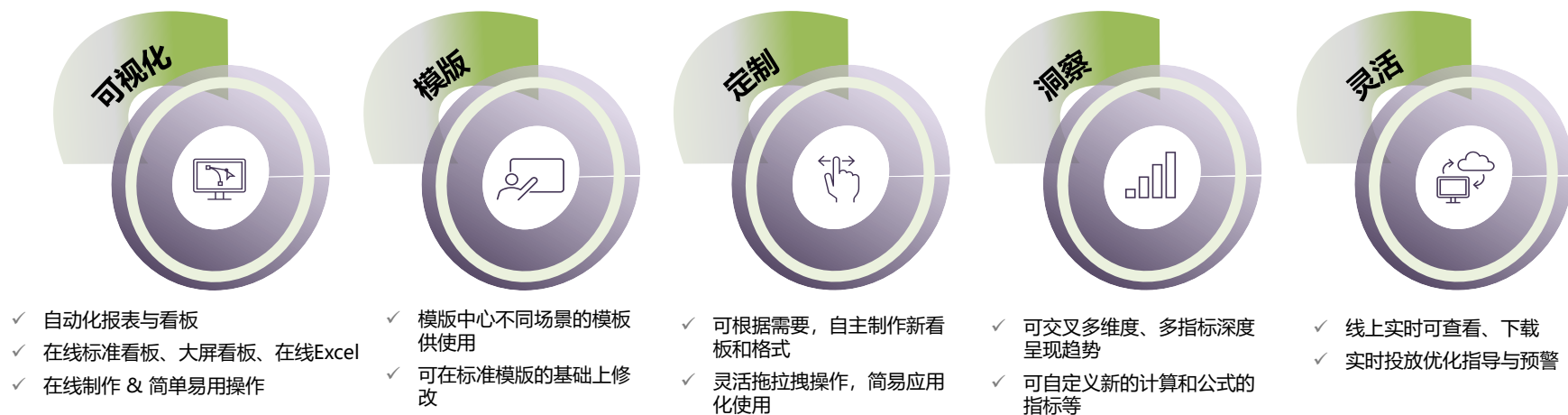
- ✓ 根据统一ETL (Extract, Transform, Load) 规范，实现智能自动化的数据清洗、处理、整合效果数据与监测数据等
- ✓ 降低人工参与处理，人力投入消耗，同时提升数据准确性
- ✓ 快速数据处理与整合 - 多数据源、多跨媒体渠道、多店铺、多账户、前后链路、核心维度与指标
- ✓ 可支持定制化数据整合、数据二次计算、自定义数据加工

数据应用贴近业务



应用

- ✓ 数据快速可用：分店铺、分项目、分人群、分产品、分创意、分渠道、分ROI等等
- ✓ 跨交叉维度、媒体平台不支持的新计算指标、自定义新公式
- ✓ 项目重要指标预警功能，帮助运营及时在大量的数据和项目中针对性的察觉特定指标异常，及时去相关系统做优化
- ✓ 可根据不同项目KPI，自主制定相关预警维度设置



产品功能



Mobil® 美孚®

x



京东

x



LEMON BI

案例：

创新营销数智化技术升级3.0高效提升双11电商大促期间的运营降本提效，实现拉新增长与提升销售ROI

降本提效

80%⁺

在数据智能与自动化升级、时效性提高、洞察复杂度加深后，人效大幅度提升

精细运营

70%⁺

优化师、运营与策划，有更多的实际时间用在深度分析、趋势洞察、投放优化与策略上

业务关联

4x

管理层、策划层、执行层分角色与业务场景赋能，实现全局视野，同时各自价值和专注点

洞察升级

3x

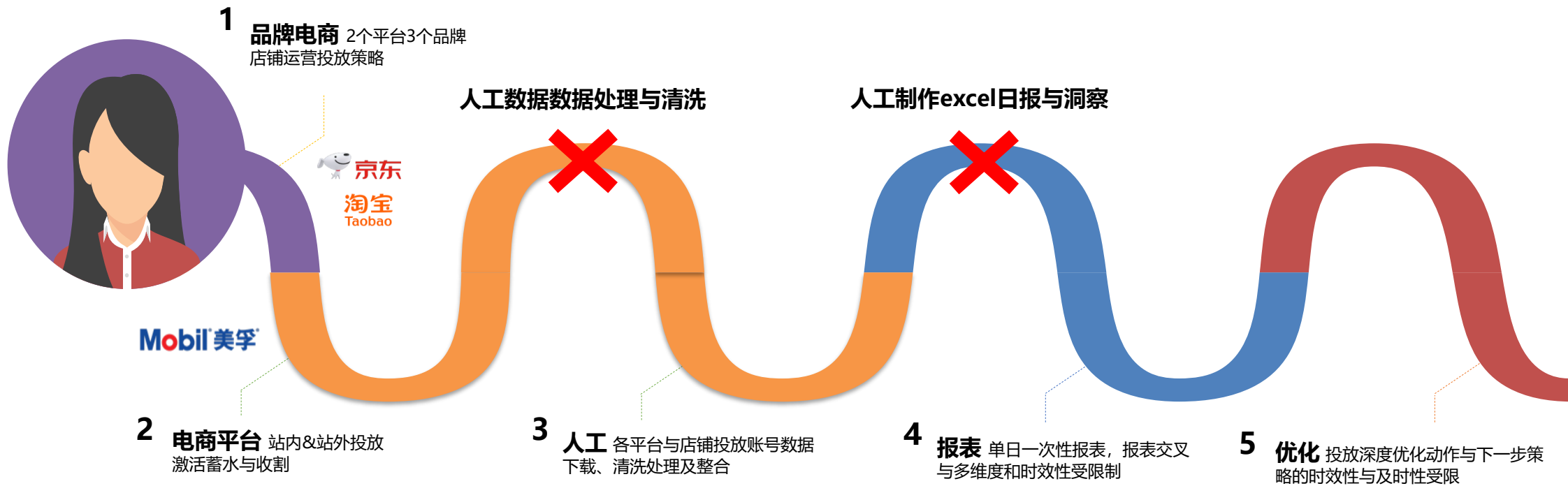
提升效果数据时效性，商品、人群、创意深度解析，多维度同环比与KPI追踪，加深洞察趋势

销售提升

30%⁺

通过降本提效、洞察深度提升、精细优化升级，实现同比GMV和ROI明显提升

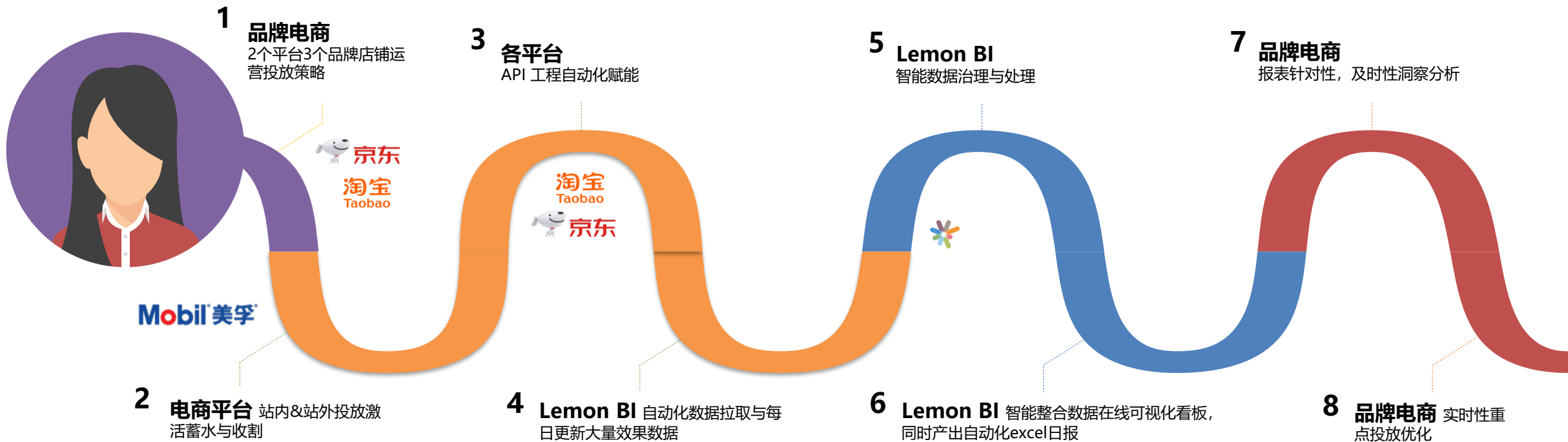
痛点与营销数智化目标



核心痛点与目标:

1. 在复杂的电商环境、大促激烈竞争与深度繁琐的投放策划的情况下: 多平台、多店铺、多渠道、多人群、多创意、多单品、多计划, 深度洞察与有效的针对性投放优化变得非常繁琐和时效性延迟。目标把深度多交叉维度和直观的洞察实时性的体现极其重要, 同时可以在大促期间促进及时性和针对性的投放优化, 实现拉新增长和达成GMV的目标
2. 如何大幅度减少人工数据清洗处理的消耗时间与因人工数据处理而引发的人工失误, 是核心要解决的降本提效目标
3. 提升ROI为核心目标, 如何能更简便和快速的体现繁琐的多交叉维度洞察以便及时做重点的深度投放与策略优化

营销数智化策略



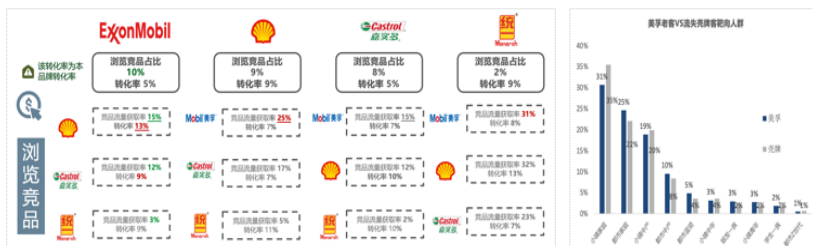
核心数智化策略实施：

1. 电商人群行业洞察与人群策略（数坊、商智、京东DMP、数据银行、生意参谋）+ 电商站内外投放渠道media mix（搜索快车，推荐广告，站外广告，全站推广，人群推广）
2. 运用京东与阿里妈妈平台API能力，赋能加持自动化数据调用，提高数据时效性和准确性
3. **Lemon BI** 实现数据自动化拉取与高时效性数据更新频次，原始数据智能化符合业务与运营的二次处理与整合
4. 通过 **Lemon BI** 实现多交叉维度、贴近实际业务应用数智可视化，及时性日报，同时提高洞察深度与数据时效性
5. 随时根据针对性的深度洞察维度，进行及时性的解剖分析促进针对性和及时投放优化，有效提升重点指标新客拉新和GMV

洞察分析引领策略

竞品分析

美孚竞品流量获取率占比较低，美孚的用户不容易被其他品牌截流，摇摆客相对其他品牌较少，人群相对忠诚。结合转化率来看，品牌统一的用户截流转化率更高，可针对进行截流



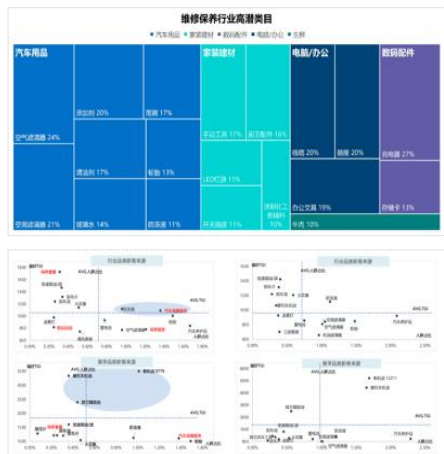
店铺消费者诊断

人群上A1量级同比下降较多，付费历史A2人群不足，免费+其他新增A2人群不足，历史A3A4转化同比下降，需重视OA1拉新及历史老客复购



人群分析

A3A4A2人群投放相对精准，低ROI低花费人群较少，保养套餐、到店加油、汽车保障服务、保养服务等高偏好类目，购买人群更关注汽车保养，可增加人群触达



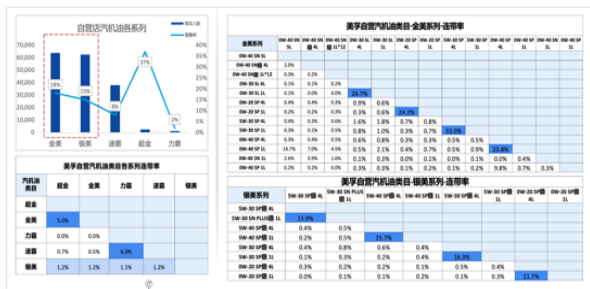
行业分析

品牌品类新客主要来源于汽车用品下的维修保养&汽车服务类目，在维修保养类目如柴机油、摩托车机油，汽车服务类目车务、特殊商品等高TGI类目可做重点关注和投放资源倾斜



连带率分析

跨系列中：力霸与速霸系列连带率较高，超金与金美系列连带率较高，可在详情页增加相关推荐
同系列中：银美与金美系列中相同粘度、型号、不同容量连带率较高，建议尝试不同容量组合套装或增加相应推荐提升连带



新老客分析

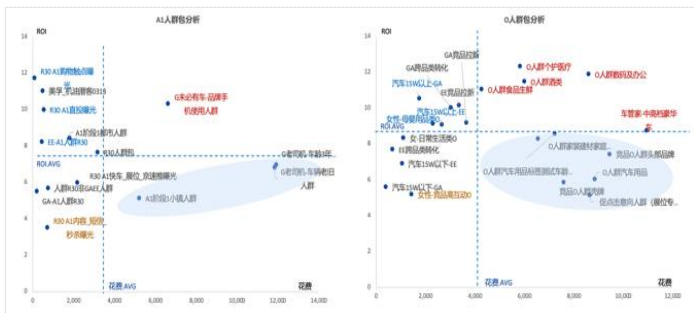
老客下降幅度高，依靠新客产生销售，壳牌老客维护相对较好



洞察分析引领策略

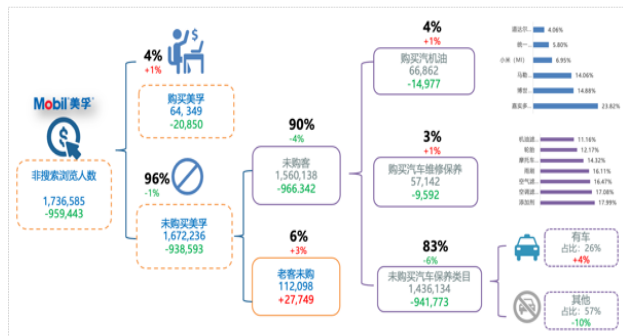
4A历史分析

OA1人群投放精准度有待提高，高投放但低ROI人群较多，可进一步调整，减少该类型人群包花费。A3A4A2人群相对精准，低ROI低花费人群较少，建议适当减少该人群花费占比



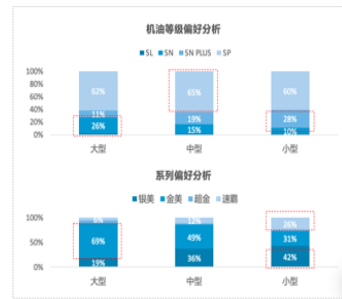
品牌流量有效性分析

非搜索浏览人数中购买美孚人群占比提升1%，转化略高于去年
未购买汽车保养类目人群中有人群占比同比提高4%，有车人群品类流失较多



车型标签分析

从机油等级看，大型车更偏好SN，中型车更偏好SP，小型车更偏好SN PLUS。从粘度偏好来看，大型车更偏好0W-30，小型车更偏好5W-30



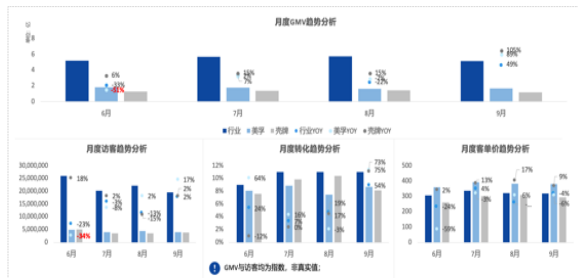
复购消费分析

都市品质人群依然是品牌复购的主要驱动人群，同时酒类人群将成为品牌未来主要攻略的阵地



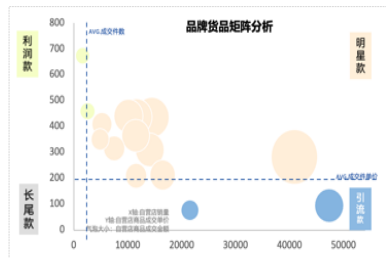
生意趋势分析

增长行业主要依靠转化驱动，美孚主要依靠访客及转化驱动，壳牌主要依靠转化和客单驱动。从竞争情况看，美孚自营店仍然位居行业TOP1，但增长速度低于壳牌，增速明显低于壳牌且低于行业平均，主要在于流量和客单同比下滑幅度较高

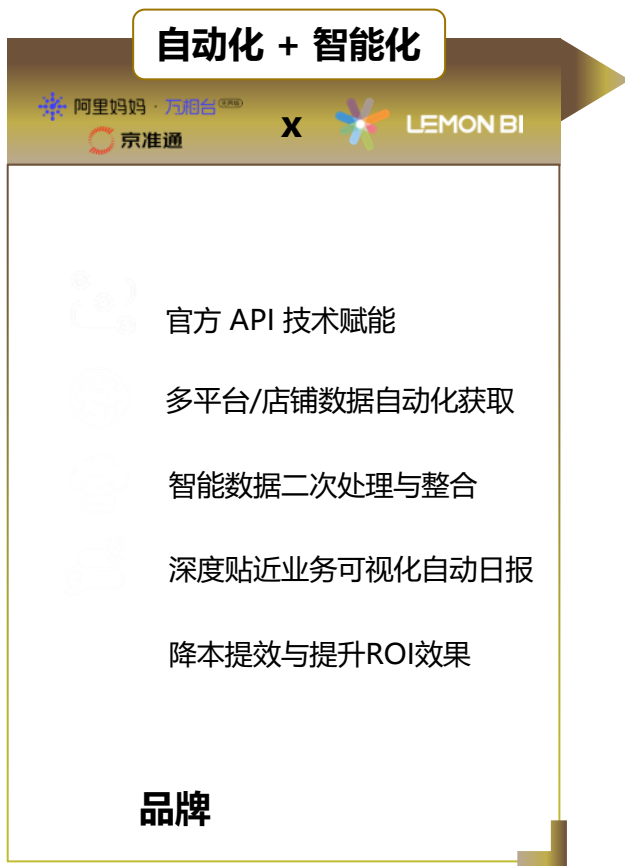


货品分析

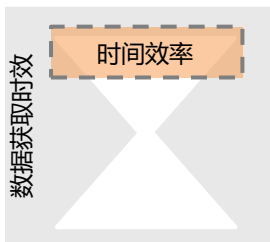
保持整体单价稳定，针对人群投放特殊时期适当降价，获取自然流量为明星款及利润款引流，逐步清理减少库存或进行清仓处理



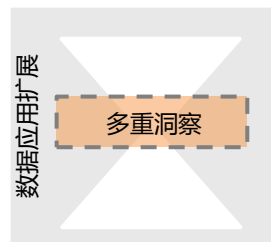
数智化再升级策略

**API数据调用升级**

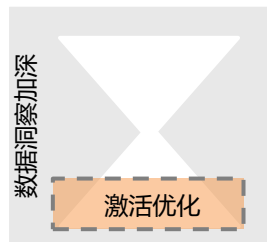
- T+1数据15天销售归因
- 当天实时数据小时调用
- 场景化数据频率应用
- 全量数据及时性回流与治理

**数据应用场景升级**

- T+1日报看板归因窗口与可用数据维度延展、同时增加自动化在线excel日报交付
- 实时优化师精细化监控看板
- 实时大促大屏看板

**数据洞察趋势升级**

- 商品热卖GMV、分小时销售
- 店铺核心KPI多维度对比与同环比
- 每日与截止KPI追踪等



数智化解决方案亮点ONE



数智化解决方案亮点TWO

电商多平台多店铺全局视野营销实时跟踪效果增长，**数据自动化报表**，**深度关联**，高效做出投放策略与优化决策

Mobil 美孚

电商平台	电商店铺	人群包数量	创意数量
2	3	118	252
SKU单品数量	计划数量	单元数量	
351	56	1218	



数智

亮点
TWO

实现**数据模型智能自动化**多维度数据源数据处理



引爆

根据业务相关性自定义规则，跨数据源、平台的智能自动化数据整合与数据架构处理，实现原始数据二次加工数智化，同时把多数据源与多交叉维度的数据简易化，有效大幅度降低数据清洗和处理时间，提升针对性和洞察深度

智能化数据二次处理

智能自动化处理架构



- ✓ 降低人工数据清洗二次处理时间，数据根据针对渠道和运营规则智能自动化二次数据处理
- ✓ 提升数据应用，实现多数据源与跨平台整合，多交叉维度汇总与分类，深度数据关联
- ✓ 避免人工数据处理失误，提升数据准确性和可用性
- ✓ 提高数据更新频率和时效性，让运营用户使用高及时性的数据进行预警、洞察与优化
- ✓ 智能化二次数据处理，数据使用更贴近实际不用的用户的使用场景和需求

数智化解决方案亮点THREE

技术赋能，**智能可视化**提升运营效率、及时性洞察与精细化运营优化，助力各品牌业务线提升投放效率

持续获客拉
新增长

有效提升销
售ROI

降本增效细
化运营



电商营销策略复盘与长效优化
数智监控赋能全域协同

通过实时数据调取，实现当天实时分小时趋势洞察，提高针对性的及时预警，促进精细化运营的投放效果

数智

亮点
THREE

实现**智能深度交叉**数据可视化，电商全视野，促进高时效性的深度洞察、分析和及时性的投放优化



引爆

深度交叉维度的智能数据可视化，实现跨平台、跨店铺整体视野。基于平台店铺、计划、渠道、单品、人群、创意、同比、环比、进度。实现高时效的针对性数据洞察，促进了及时性的重点优化分析助力深度的精细化投放优化

同环比

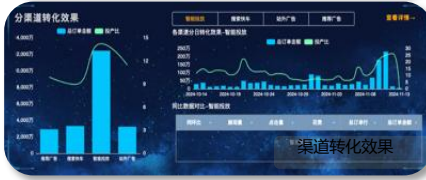
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品

单品效果

品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品

分渠道素材效果

品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品



人群层级转化

品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品
品牌	计划	渠道	创意	人群	商品	计划	渠道	创意	人群	商品

- ✓ 品牌与运营全局视野监控，深度交叉控盘，及时性预警和发现重点
- ✓ 降低人工数据可视化，有效让运营把更多的时间花在分析洞察和实际的精细化投放运营与优化
- ✓ 数据可视化更贴近不同用户的使用场景和需求，实现关键人特定监控看板
- ✓ 时效性提升，让品牌和运营做及时性的洞察分析和对应的投放优化
- ✓ 促进深度的多交叉维度和重要指标趋势洞察，赋能深度策略与投放优化
- ✓ 实现投放、数据、处理、呈现、洞察、分析、优化的数智一体
- ✓ 对历史数据进行存储

T+1归因 + 实时数据更新

案例展示

管理层/总监

双11大促战略监控大屏（实时数据）

大促期间累计截止实时数据



大促期间当天实时数据



大促期间累计截止实时数据



大促期间详细分析实时数据



案例展示

实时优化师监控舱（实时数据）

优化师/运营



本月核心KPI T-1核心KPI 分日ROI 分渠道数据 触点人群 直投人群 京准通关键词 商智关键词

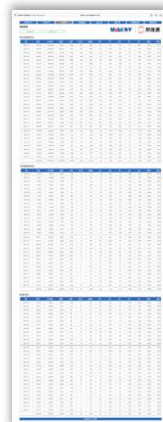
本月核心KPI



T-1核心KPI



分日ROI



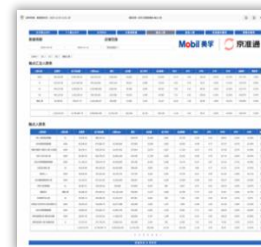
分渠道



直投人群



触点人群



京准通关键词



商智关键词



案例展示

■ 智能自动化日报表驾驶舱 (T+1, 归因15天数据)

经理/策划

自营店铺驾驶舱



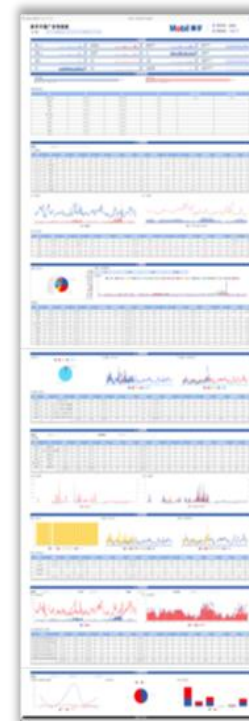
京东全店铺驾驶舱



官旗店铺驾驶舱



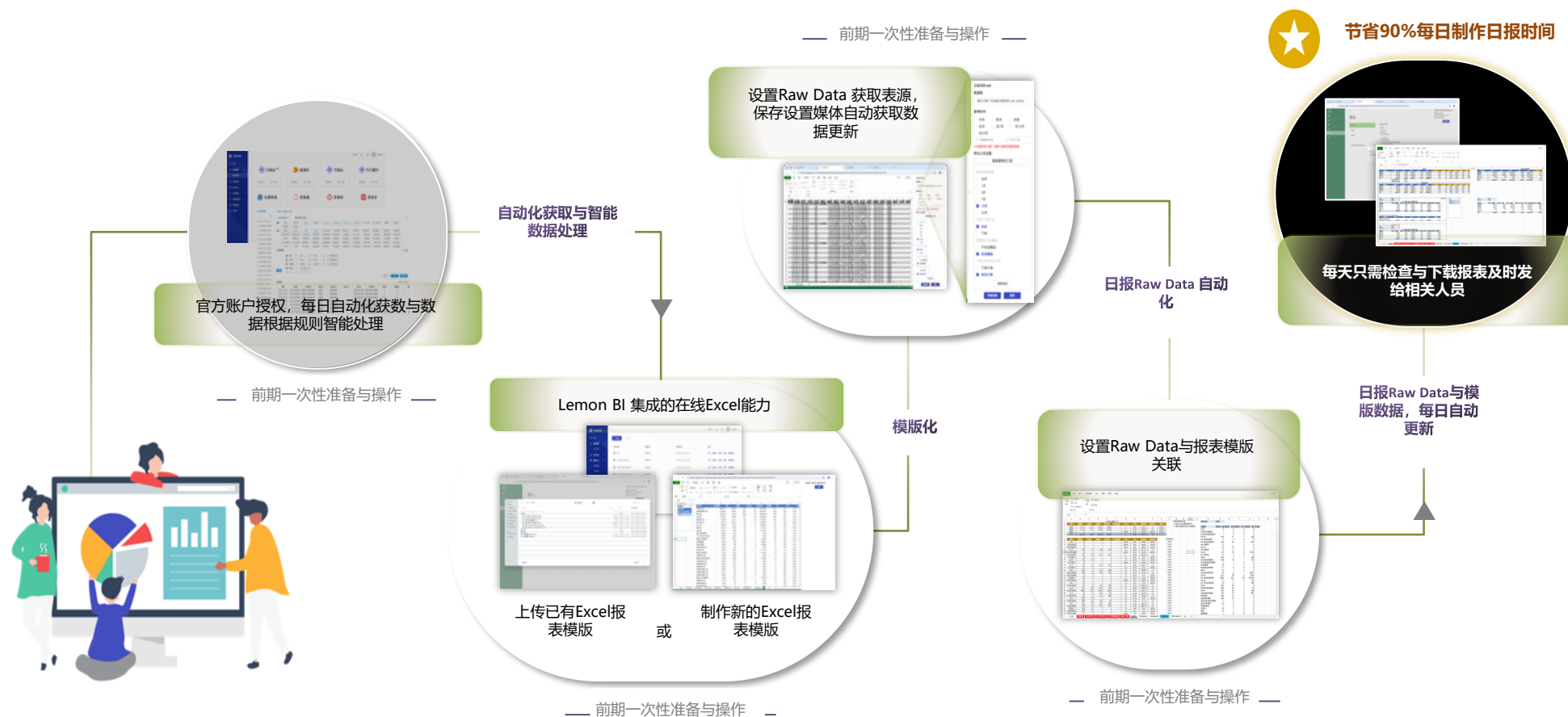
天猫店铺驾驶舱



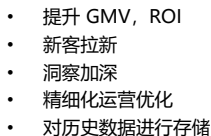
案例展示

运营/经理

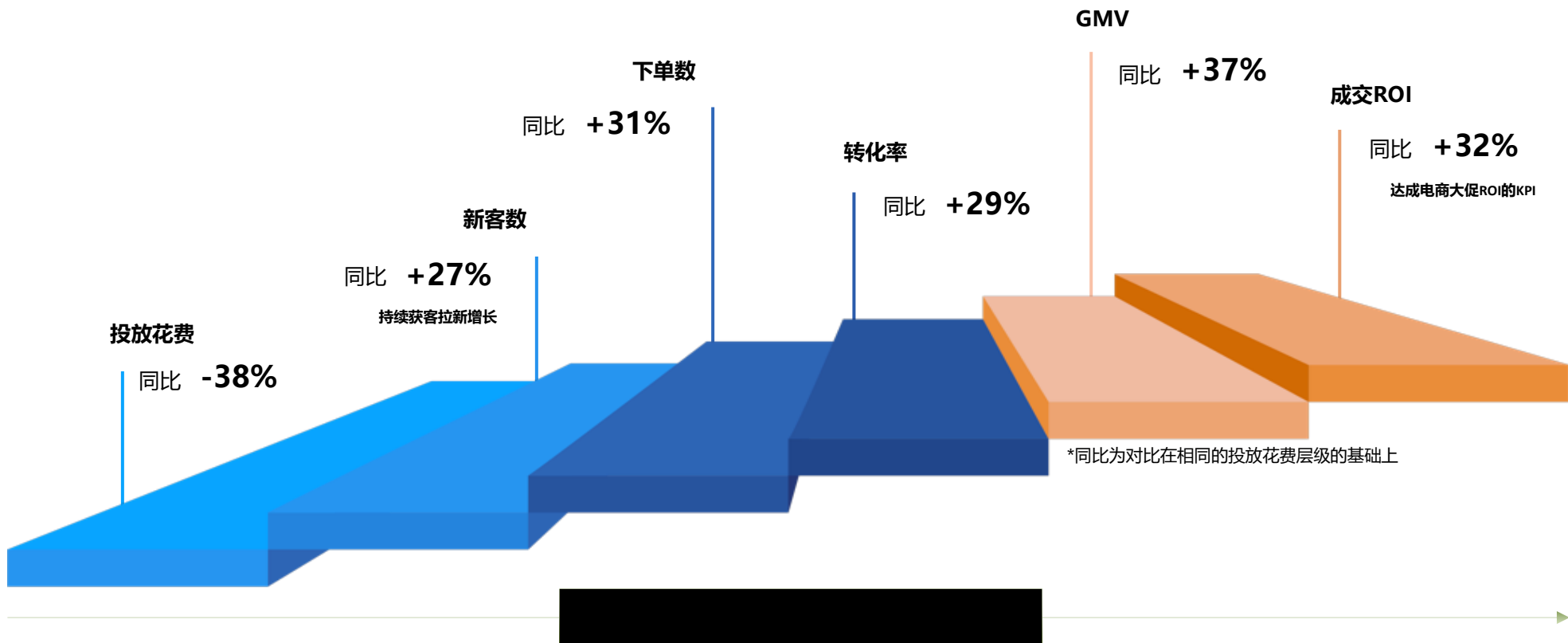
■ 智能自动化EXCEL日报 (T+1, 归因15天数据)



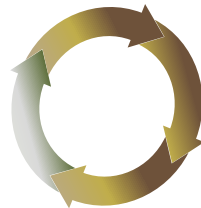
战术与触点运用



效果达成



- 【创新力】技术升级实现节效，提升洞察广度与深度，促进更优策略与投放优化
- 【成本效益】在同比预算稍微提升的情况下，GMV转化效果大幅度提升
- 【品牌拉新】有效大幅度拉新，增加品牌用户资产沉淀
- 【销售贡献】在技术升级应用下，同比销售与ROI有效大幅度提升
- 【运营效率】在数据智能自动化与洞察加深的加持下，运营提效超过80%+



人工运营效率

+80%

提升运营效率、及时性洞察与精细化运营优化