

# 数据驱动人本营销

搜狐集团商业部

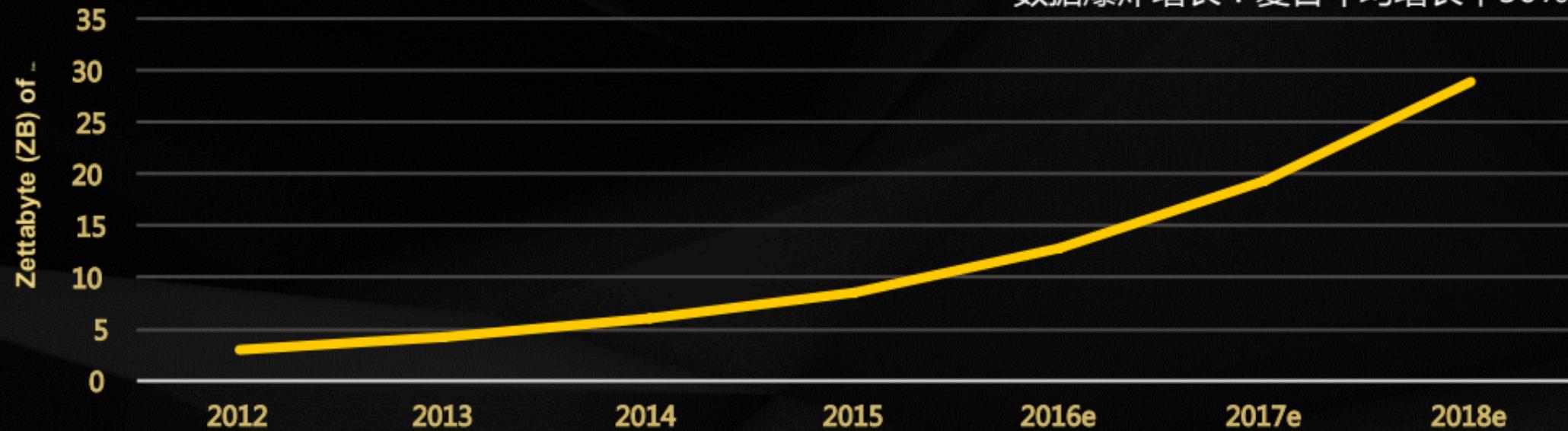
周健



# 用户数字化行为更加多元

Data in Digital Universe, 2012-2018e

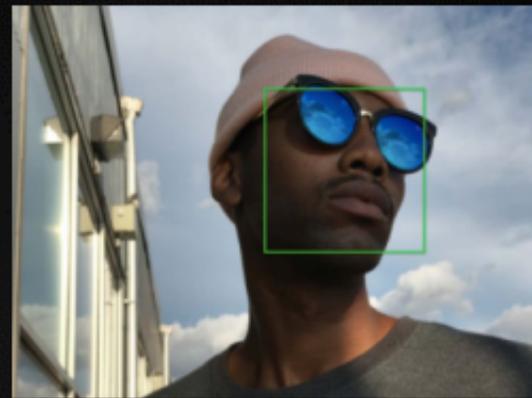
数据爆炸增长：复合年均增长率50%



AI促进技术与算法不断进步



语音交互



图像识别



家居互联



智能设备



# 用户需求愈加个性化

触媒多元化

兴趣差异化

消费个性化





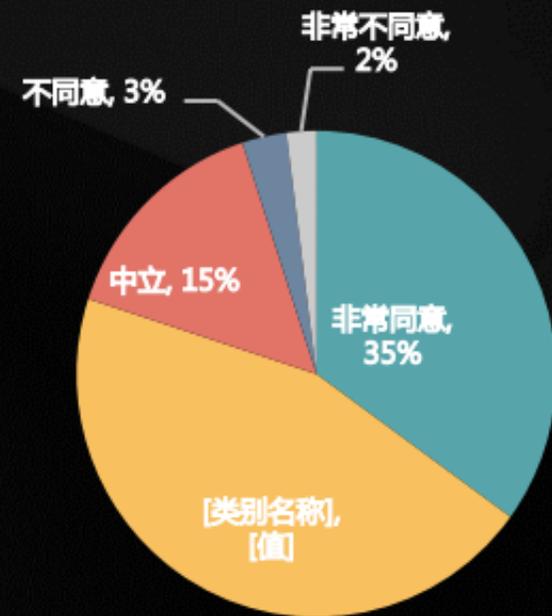
## 用户体验要求更高

中国市场广告拦截渗透率为**13%**

**80%**消费者愿意收看与兴趣相符的广告

**Top Ad Markets (ad spend)**  
Adblock penetration per online capita, %

	PC	Mobile	Overall
U. S	18%	1%	18%
<b>China</b>	<b>1%</b>	<b>13%</b>	<b>13%</b>
U. K	16%	1%	16%
Japan	3%	-	3%
Germany	29%	1%	29%
Australia	20%	2%	20%
Canada	24%	-	25%
France	11%	1%	11%
Brazil	6%	1%	6%
South Korea	4%	-	4%



当广告符合用户需求和兴趣时更具价值

# 回归人本营销

01

人的识别

02

人的理解

03

人的意愿

04

人的场景

人的识别

# 搜狐矩阵产品串联消费者各行为触点



## 从底层行为识别出个体的属性与偏好

### 消费者意图识别

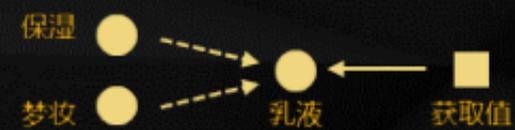
■ 元动作    ---> 修饰

● 元素    ——> 作用

保湿眼霜什么牌子好

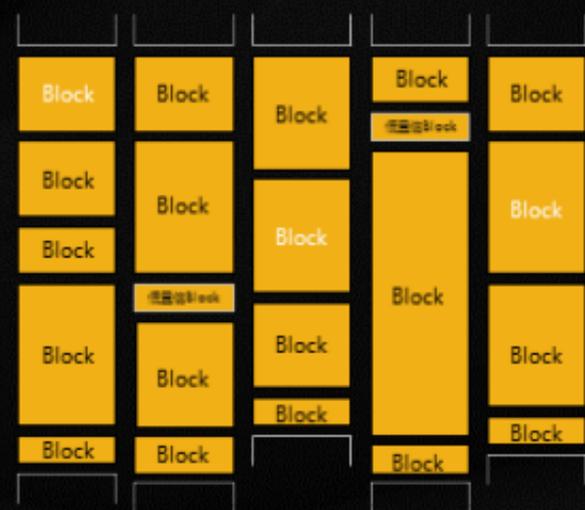


梦妆保湿乳怎么样

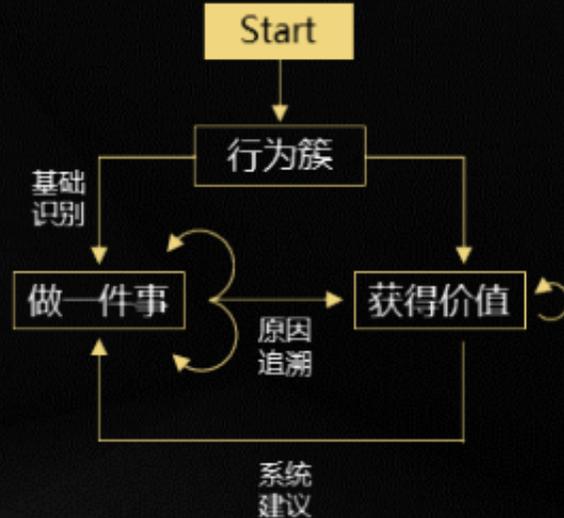


### Session重构

Day 1   Day 2   Day 3   Day 4   Day 5



### Chain of Intent 目标与预测



### 多层次受众建模



人的识别

## 通过机器学习，深度挖掘群体用户行为特征

静态  
粗颗粒度  
长期

自然属性：性别，年龄，地域，商圈

生活方式：休闲，饮食，出行

兴趣：搜索，内容阅读，视频消费.....

动态  
细颗粒度  
实时

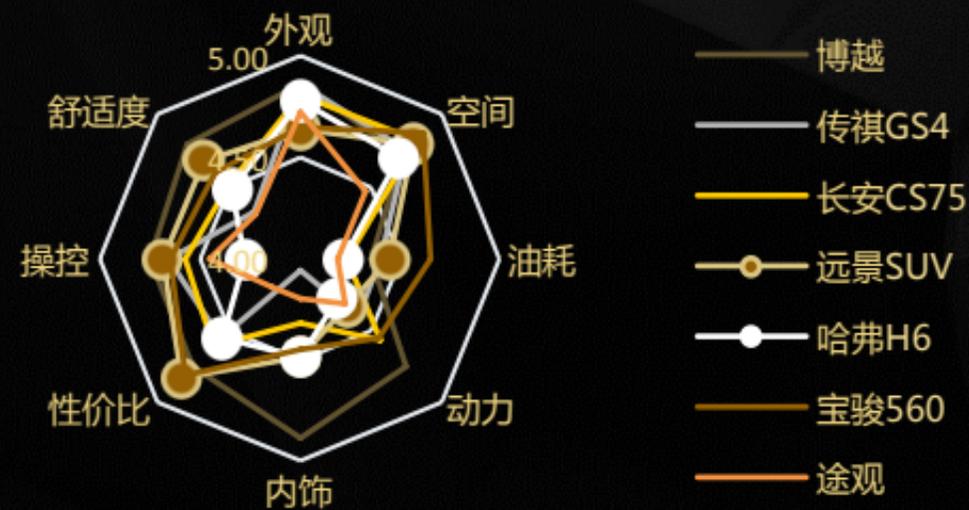
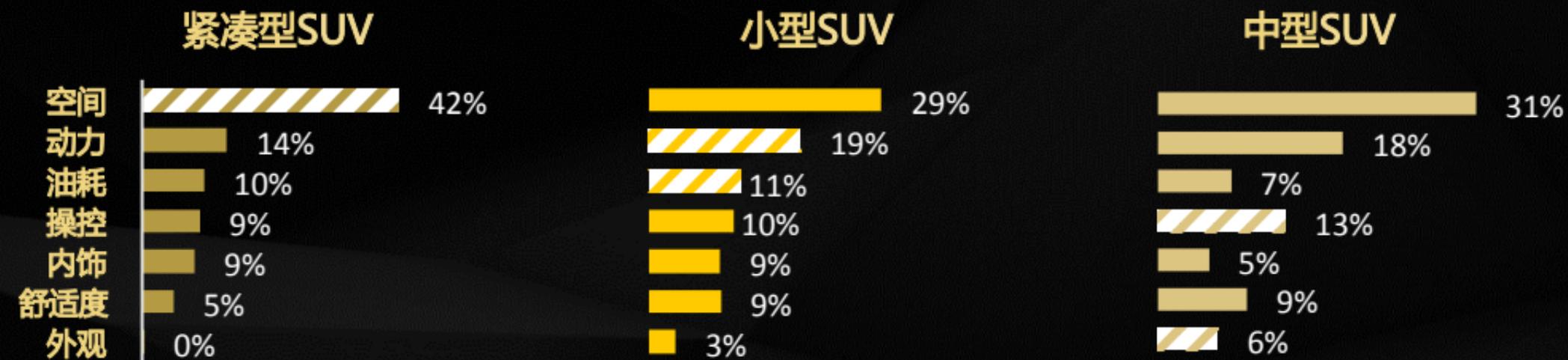
意图链：任务群，商品意图，偏好

需求：目的，任务.....

原始行为：浏览器，输入，搜索，新闻阅读，视频观看

人的理解

# 帮助品牌了解消费者KBF，构思创意模板





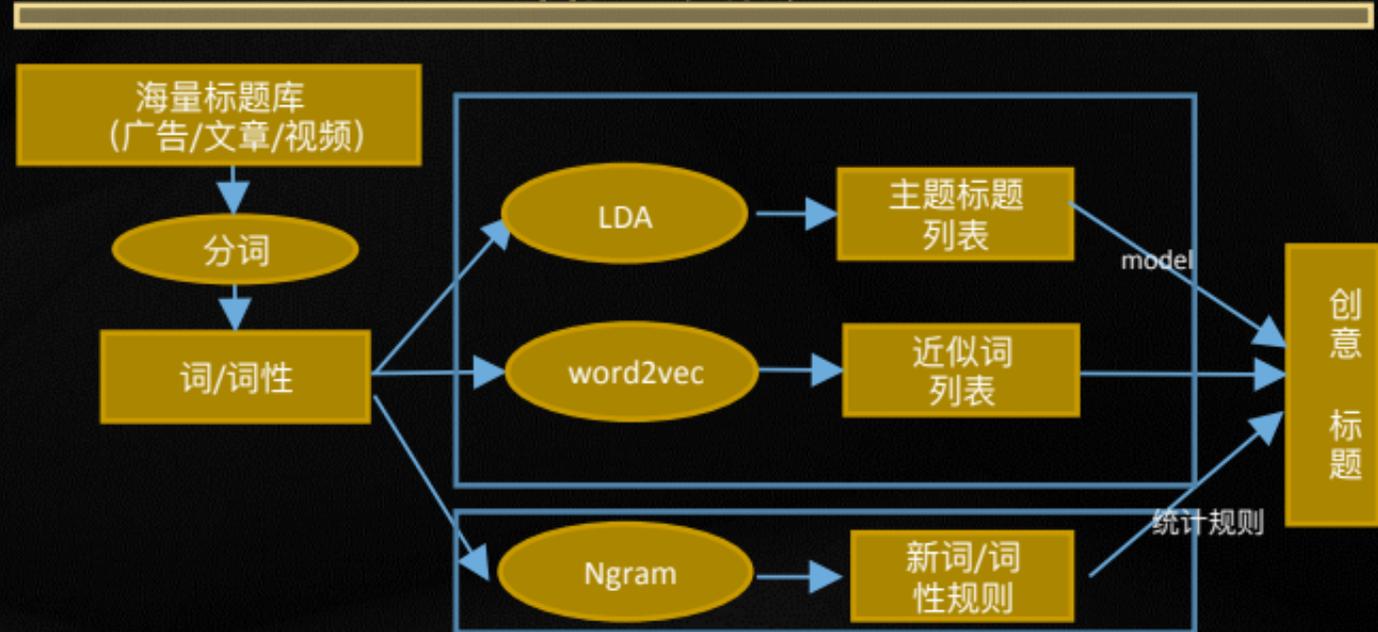
人的理解

# 批量化、智能化生成创意图片、标题和视频

## 生成海量创意



## 智能生成标题



## 自动合成视频



人的理解

根据消费者KBF智能优化创意展现



价格



品质



安全

## 人的意愿

# 尊重用户意愿，给其提供可跳过/可选择广告

广告播放5秒后，用户可随时跳过广告，  
跳过后不再播放其它广告，直接进入正片。



推荐两支吻合用户标签的广告，  
用户可根据兴趣爱好选择观看其中一支。



人的意愿

可跳过广告CTR较普通前贴广告提升4-6倍

普通前贴  
2%左右

VS.

可跳过广告  
10%以上



12.9%



LINCOLN

11.2%



15.6%



15.4%



12.1%



11.4%



11.9%



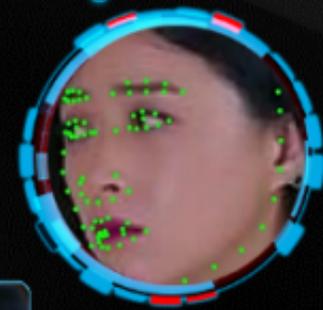
HUAWEI  
10.7%

人的场景

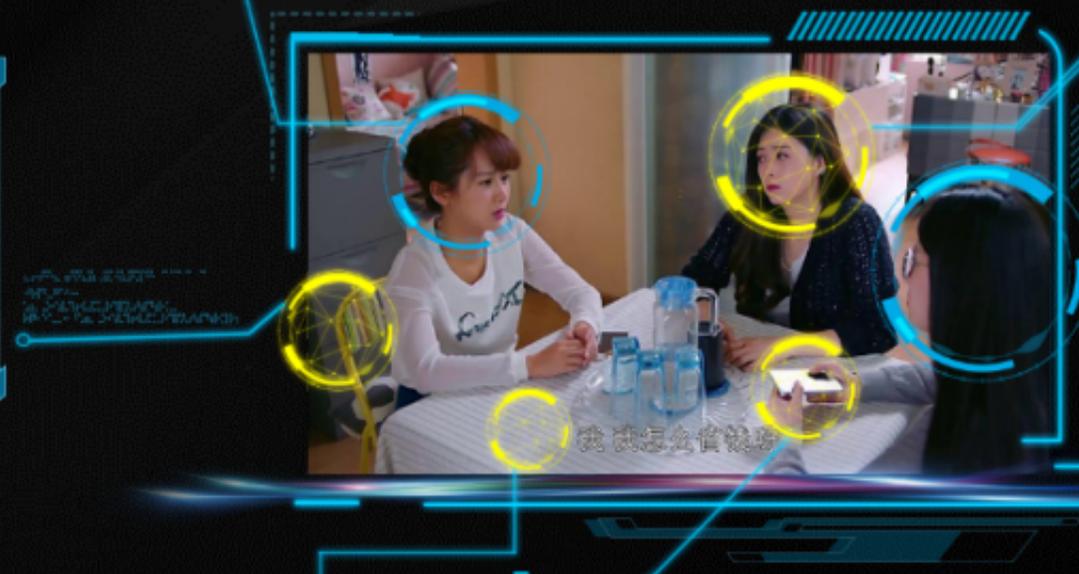
# 基于画面识别&定向场景



特征点  
定位

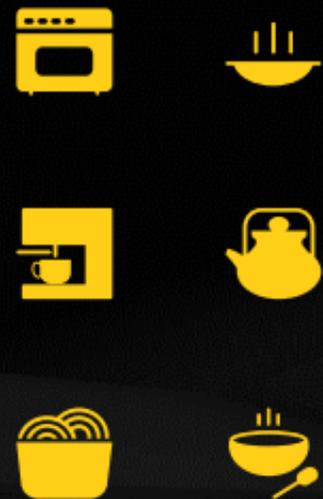


基于CNN的目标检测

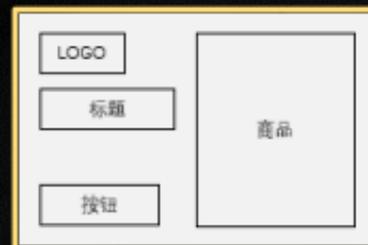


# 数据驱动的人本营销

客户商品库



海量创意



人群定向



DCPM动态出价



# 回归人本营销

---

人的识别

人的理解

人的意愿

人的场景



# Thanks

搜狐集团商业部