



# 拥抱用户 拒绝自嗨 数据赋能新内容营销

— SOV模型保证渠道优选，舆情洞察还原用户诉求 —

I A I 国际旅游奖 投 报 案 例

# 项目背景

• 项目目标 • 解决方案 • 项目结果

营销3.0时代，需更加关注以用户角度出发的品牌互动

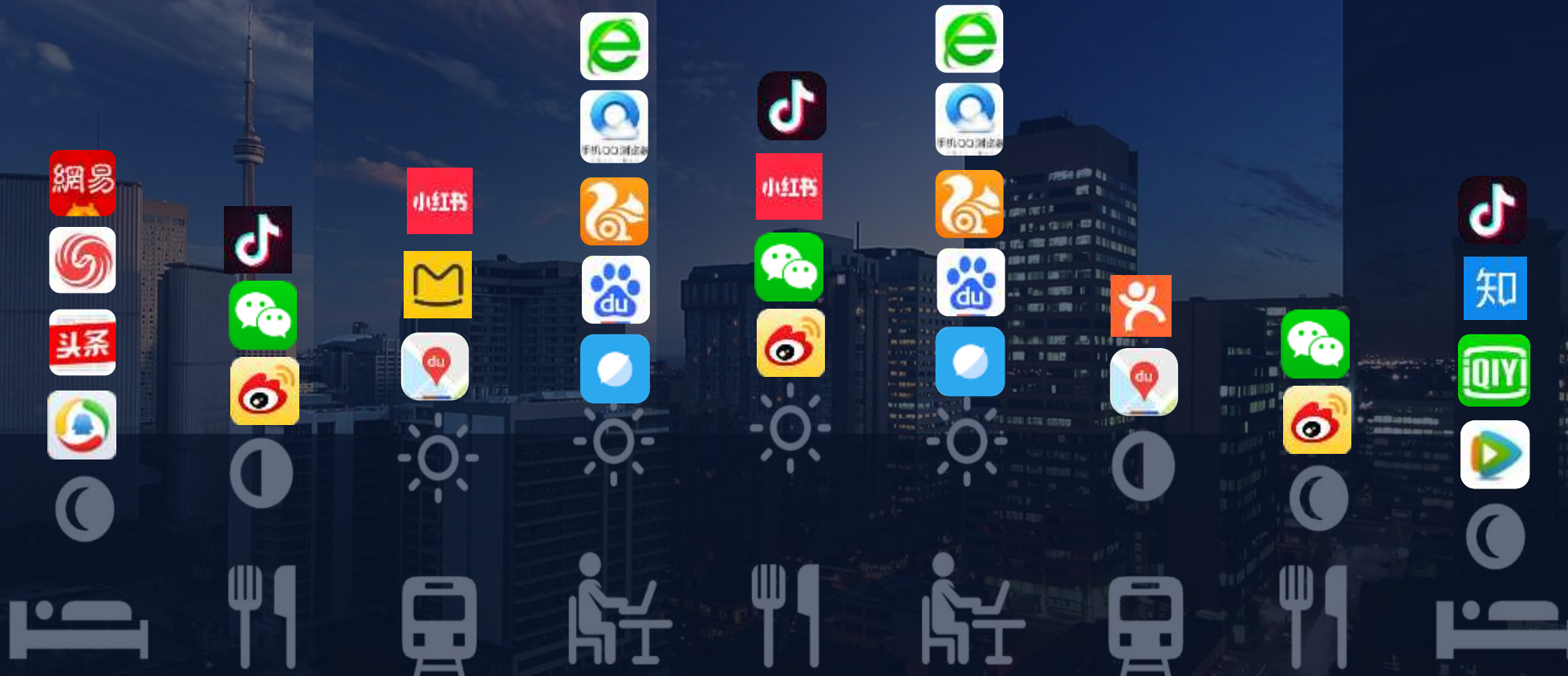




# 项目背景

- 项目目标
- 解决方案
- 项目结果

旅游用户媒介触点日益碎片化，需更加关注内容传播的媒体渠道的组合



- 起床: 新闻资讯, 社交, 地图, 搜索工具, 社交, 搜索工具, 地图, 社交, 视频娱乐
- 早餐: 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交
- 上班路上: 地图, 地图, 地图, 地图, 地图, 地图, 地图, 地图, 地图
- 工作: 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具
- 午餐: 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交
- 工作: 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具, 搜索工具
- 下班路上: 地图, 地图, 地图, 地图, 地图, 地图, 地图, 地图, 地图
- 晚餐: 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交, 社交
- 睡觉前: 视频娱乐, 视频娱乐, 视频娱乐, 视频娱乐, 视频娱乐, 视频娱乐, 视频娱乐, 视频娱乐, 视频娱乐

# 项目背景

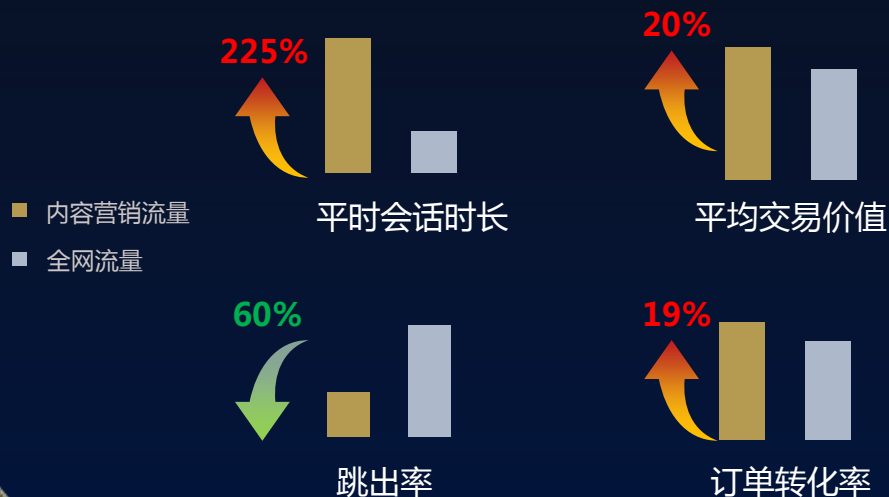
- 项目目标
- 解决方案
- 项目结果



## 如何在有限的预算前提下，部署精准的内容营销？

### 现状：

- 渠道众多
- 用户很重要
- 渠道分散
- 预算有限
- 内容角度单一
- 内容渠道流量质量高



对的  
渠道

对的  
内容



项目背景

# 项目目标

解决方案

项目结果

# 1.

FIRST

## 重点渠道聚焦

# 2.

SECOND

## 差异内容打造



用户注意力聚焦



触点碎片化重组



渠道数据化优选



平台内容化打造



内容数据化升级



### *Problem 1*

重点渠道应如何部署？



### *Problem 2*

差异内容应如何打造？



## *Problem 1*

渠道应如何部署？



**Step 1** 梳理用户触媒

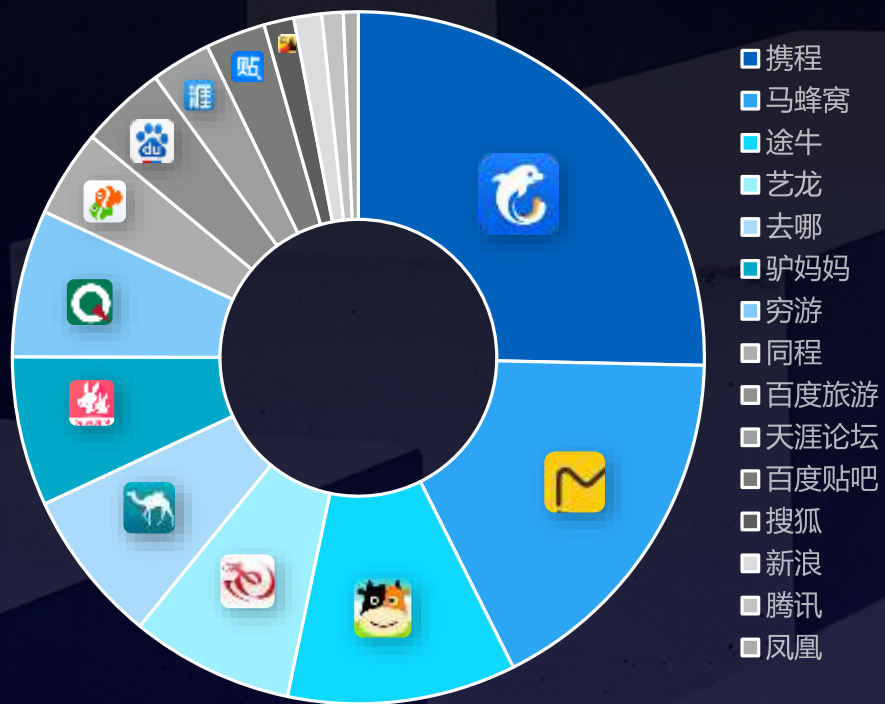
**Step 2** 结合搜索权重

**Step 3** 优选重点渠道



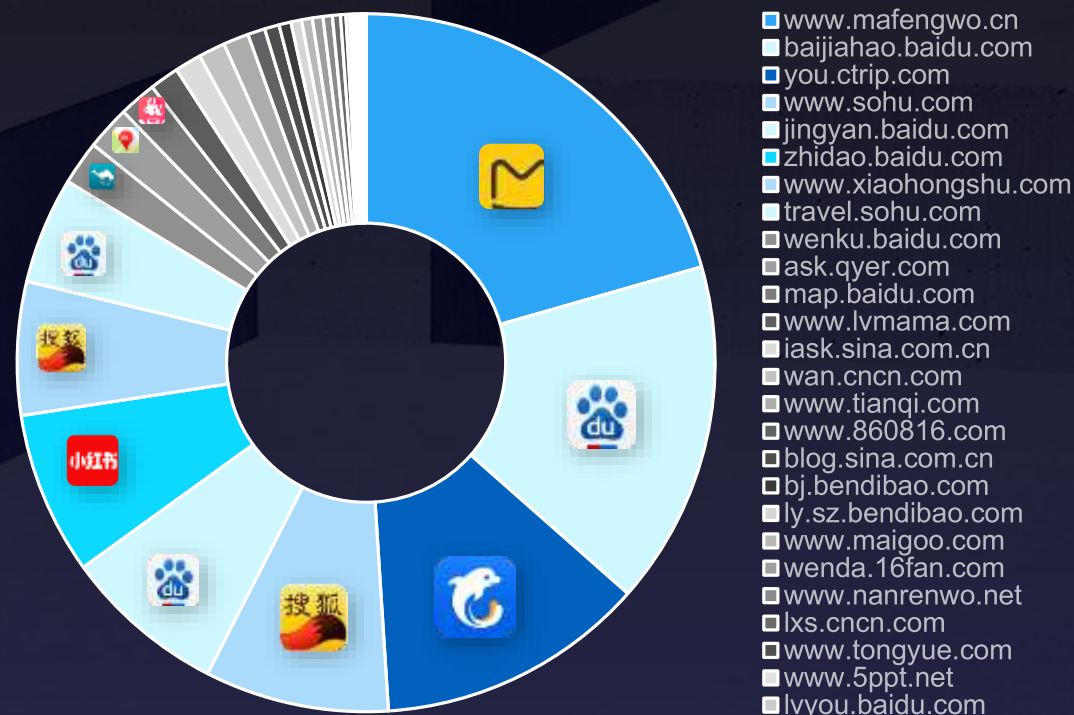
## Step1

通过数据验证，澳门旅游用户热议渠道主要分布在携程、马蜂窝等旅游垂直平台



## Step2

通过国双特有的SOV模型工具，筛选出金沙酒店搜索权重较好的优质媒体平台





## 明确金沙中国当期内容营销重点部署渠道



马蜂窝



小红书



抖音



百度



微信



知乎



大众点评



贴吧



地图



## **Problem 2**

**内容应如何打造？**



**Step 1** 渠道数据采集

**Step 2** 渠道数据分析

**Step 3** 讨论热点应用



## 数据采集

互动数据  
采集覆盖**25+**家渠道  
**180W+**篇文章  
**1200W+**评论等



## 数据清洗

- 基于内容、用户特征、环境特征的认识
- 复杂运算
- 程序化判断

垃圾/广告识别

水军识别

异常识别

## 数据建模&分析清洗



$$\hat{y}_{lm} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i^{(m)} + \beta_0}{\sum_{i=1}^n x_i^{(m)} + \beta_0} \quad \hat{y}_{lm} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i^{(m)} + \beta_0}{\sum_{i=1}^n x_i^{(m)} + \beta_0}$$

$$P(\text{like} = 1 | \text{price}, \text{time}, \text{efficiency}) = \frac{\hat{y}_{lm} + \beta_0}{\sum_{i=1}^n \hat{y}_{lm} + \beta_0} = \frac{\hat{y}_{lm} + \beta_0}{\sum_{i=1}^n \hat{y}_{lm} + \beta_0}$$

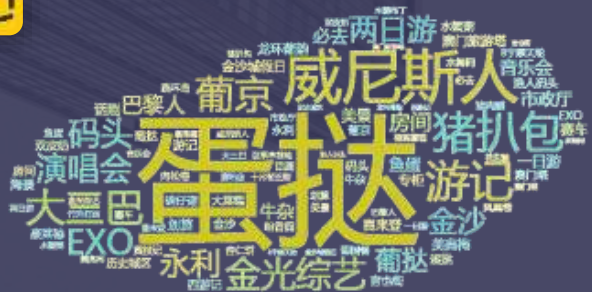
- xxx酒店房间价钱比较高!
- 价格
- 等的时间长!
- 服务效率

## 数据应用

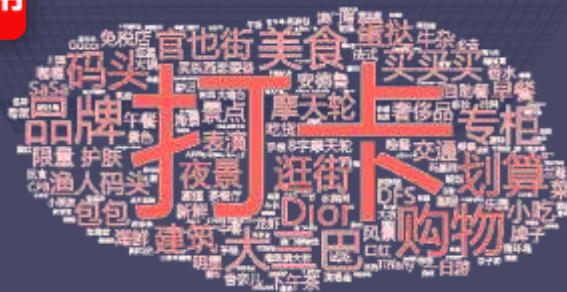
- 挖掘平台特性
- 分析用户偏好
- 洞察讨论热点



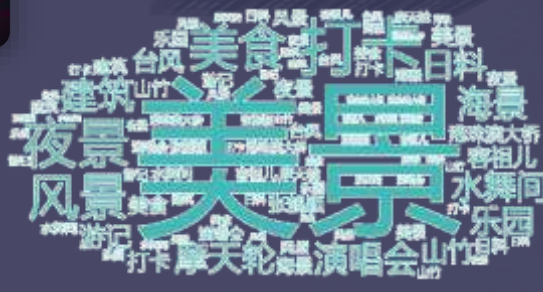
## 根据数据洞察的不同平台特性和热点进行内容差异化打造



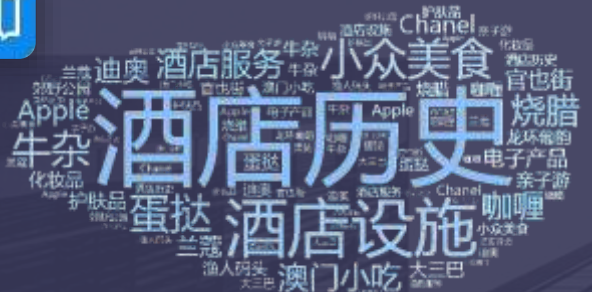
酒店美食、资讯动态等内容



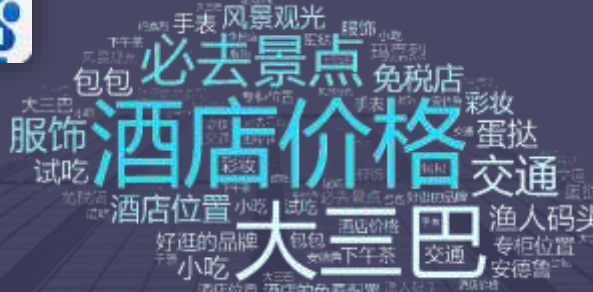
用户分享、购物美食攻略打卡内容



酒店相关的环境、氛围等“美景”小视频



酒店历史、娱乐设施、美食干货内容



酒店攻略、必游路线及资讯动态信息

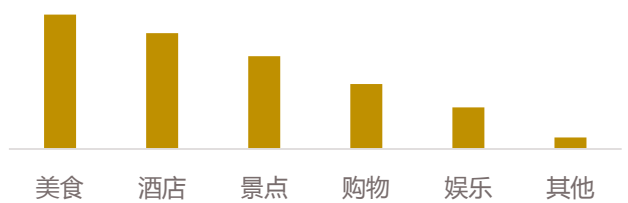


酒店位置、便利设施及热门景点介绍



项目背景 · 项目目标 · **解决方案** · 项目结果

马蜂窝平台讨论角度



舆情现状

- 美食方面，用户关注**澳门特色小吃、米其林餐厅、星级餐厅**等；
- 酒店方面，用户关注**酒店设施、酒店服务、酒店演出**等



关键词

- **通用词为主，植入品牌词和活动词**



内容策略

- 以**美食和购物为重点**撰写内容，**植入品牌信息**，打造金沙品牌良好口碑；
- 植入**威尼斯人酒店、巴黎人酒店、康莱德酒店和假日酒店**，**增加品牌曝光**



执行机制

运用国双工具选择用户关心的热点主题内容，确定撰写方向	以美食和购物为重点，植入金沙品牌内容，精细规划内容，并到澳门采集真实素材	撰写精品游记，并针对品牌词产出高质量问答化	优化互动和分享数据，运用国双EOD工具监测内容效果
----------------------------	--------------------------------------	-----------------------	---------------------------

项目背景 · 项目目标 · **解决方案** · 项目结果

小红书



M



抖音



微信



覆盖**25+**媒体，**2,400+**游记，发布**680+**文章，**30+**视频，**20+**笔记



**聚焦重点渠道，打造差异化内容  
实现金沙品牌口碑覆盖**



**1.**

**FIRST**

**重点渠道聚焦**

**2.**

**SECOND**

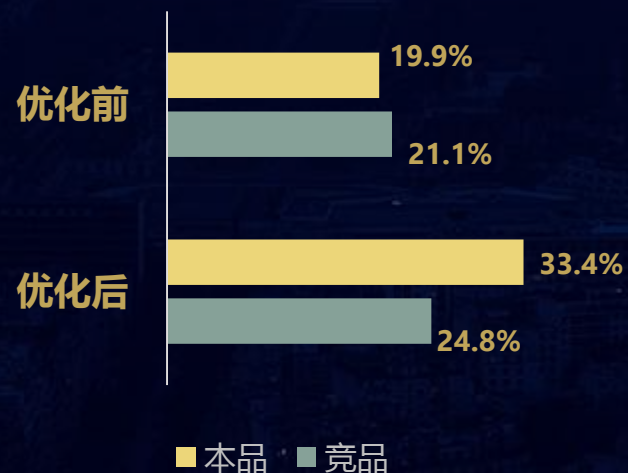
**差异内容打造**



以马蜂窝平台为例

站内金沙&竞品热议度对比

**↑ 67.8%**  
马蜂窝站内声量



**250W** 浏览

部署内容经过搜索优化后  
实现首页霸屏



**THANKS**

