

时趣洞察引擎



- ◆ 所属类型：平台
- ◆ 参选类别：年度最佳移动营销数据平台

开发背景：营销是连接产品与用户的重要环节，但在如今移动互联、万物互联的数字化时代，传统的营销打法显然已经过时，就连传统营销人也懂得自嘲“知道营销预算的一半被浪费了，但不知道是哪一半”。传统营销越来越无法适应数字化的企业营销需求，即使是国际巨头广告集团经营状况也在迅速恶化，营销行业也亟需构建新的数字化营销体系，原因在于传统营销面临着四大痛点：营销准确性不足、营销效果难以评估、营销主动性不足、营销效率低下。

核心目标：时趣洞察引擎基于创新的AI算法技术和实时大数据，发现营销信息和知识，构建具有分析洞察能力的数字营销智慧引擎，科学赋能营销服务创造力，用人工智能和客户服务相结合的方式创造营销价值。

功能特色：

时趣洞察引擎基于实时大数据长期监测，使用持续优化的模型算法，实现对行业、品牌、竞品、用户、内容、场景、发声阵地等维度洞察分析，挖掘数据价值，发现营销信息，为品牌提供营销策略服务。

通过多渠道、多平台的外部数据获取，结合时趣内部长期的客户服务数据沉淀，形成基于报告、成功案例、营销热点、情感故事构成的创意灵感库，帮助品牌创造符合营销策略并具备话题性、传播性的创意内容。

基于创新的算法技术和丰富的媒介资源，对品牌营销活动长期监测分析，为品牌提供传播洞察、媒介智选、效果预估、实时监测、效果评估的全链路品牌传播闭环服务。

利用先进的在线化软件技术，帮助品牌建立起一个更科学的数据资产管理体系。将品牌服务中产生的创意内容、传播媒体、效果数据等数据资产持续沉淀并进行系统化管理，通过开放的数据能力共享数据价值，优化品牌服务体验。

营销价值：

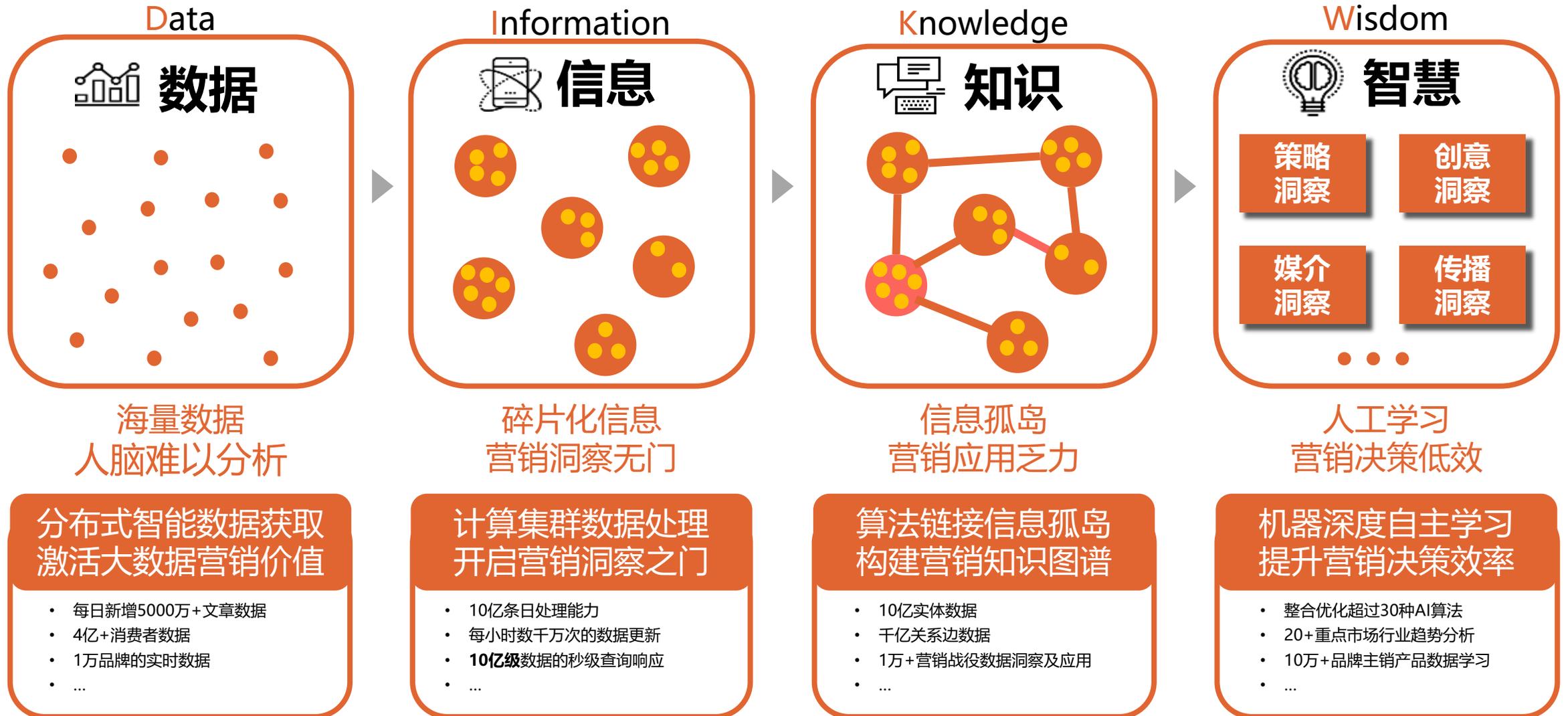
随着信息碎片化、媒介碎片化的数字化时代到来，企业对营销效率、数据分析、消费者洞察的要求将会更高，营销行业无疑需要摆脱主观的经验主义作业方式，借助技术和数字手段辅助策略及创意的产生，让企业营销更高效、更有效。

时趣力图借助ABC（AI+BigData+Cloud）使企业营销流程变得更加科学化、标准化，以企业数字化营销平台的方式赋能品牌营销，帮助企业实现数字化营销的智慧升级，帮助企业看到更远的未来。

时趣洞察引擎基于实时大数据长期监测，使用持续优化的模型算法，构建营销知识图谱，实现对行业、品牌、竞品、用户、内容、场景、发声阵地等维度的关联洞察，分析数据孤岛间的联系，挖掘数据营销价值，发现营销机遇和风险，为品牌提供营销策略服务。

基于AI深度学习，对海量数据库进行算法模型持续迭代，形成对创意内容有效性、跨界资源评估、明星资源评估、跨平台媒介评估和KOL评级的数据化预判。并通过多渠道、多平台的外部数据获取，结合时趣内部长期的客户服务数据沉淀，形成具有创意内容方向指引的创意灵感库，帮助品牌创造符合营销策略并具备话题性、传播性的创意内容。

时趣将数据升级到智慧，赋能品牌营销力



时趣启动洞察引擎，驱动品牌高效科学营销决策

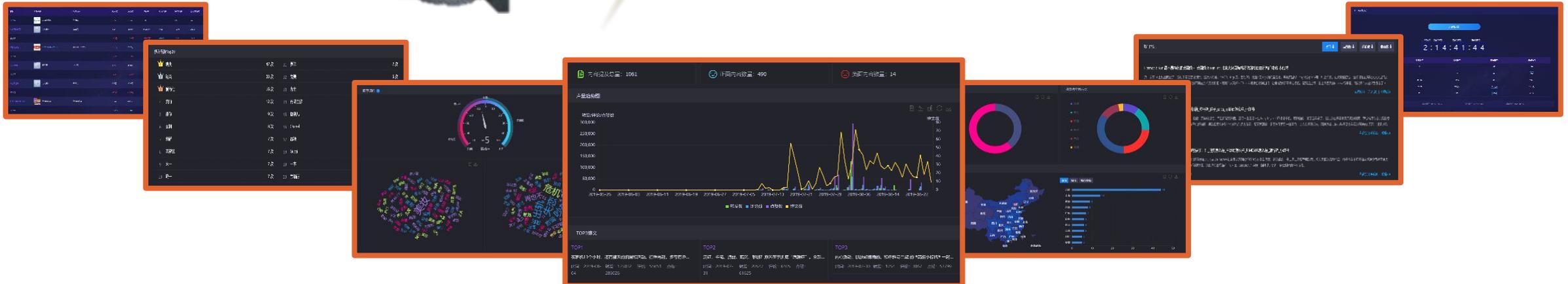


1

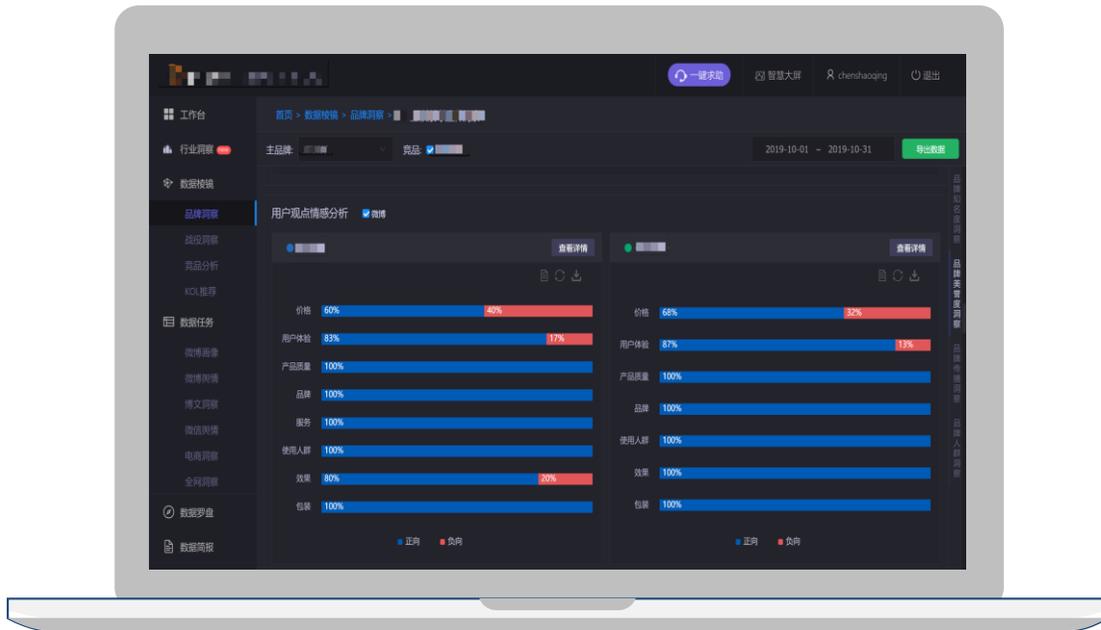
洞察覆盖丰富的商业大场景，以及高频率的营销场景

2

洞察包含营销决策关键要素，包括：行业、品牌、产品、竞品、消费者、媒体、内容、营销战役等等



海量数据样本量与快速响应解读 奠定时趣洞察引擎品牌营销洞察坚实基础



数据量

- 营销数据**
- 10万+主销产品数据
 - 1万+主流品牌数据
 - 上万营销战役数据
 - 20+重点行业数据

- 人群数据** **内容数据** **媒体数据**
- 4亿+消费者数据
 - 百亿级关键词数据
 - 100万+自媒体KOL数据
 - 定制关键词数据库

数据源

覆盖全网主流社交媒体、口碑渠道、垂直网站、电商渠道



支持客户定制化提供的媒体API对接

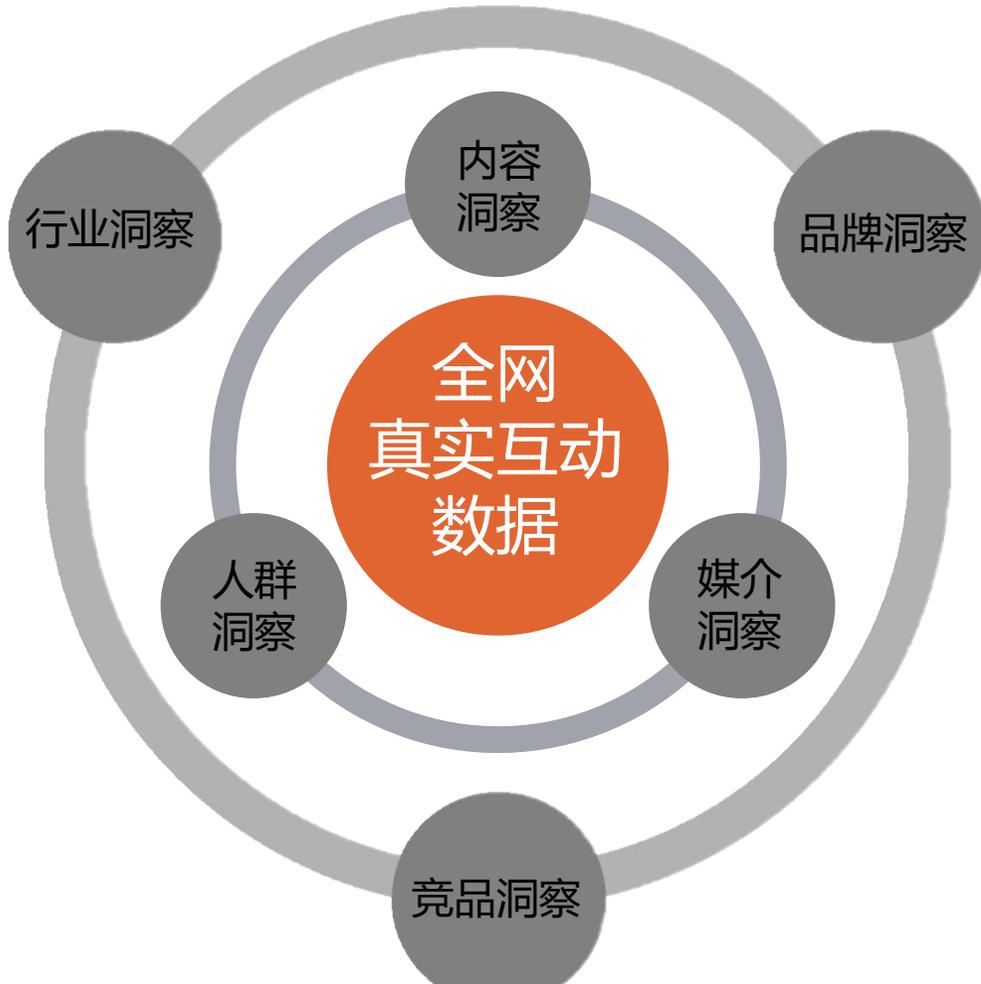
数据颗粒

- **媒体**: 声量/互动量/人群画像/内容调性/合作品牌/粉丝量级/博文数/
- **人群**: 基本属性/设备/使用系统/消费力/观点态度/特定行为/定制化关键词
- **内容**: 品牌/品类/产品/成分/功效/工艺/观点/体验感受/使用场景/定制化关键词
- **时间**: 周/月/季/半年/全年/追溯数年历史数据
- **地域**: 南北/大区域/省份/地市

响应速度

- 十亿级数据的秒级查询响应
- 实时收集当下最新洞察数据, 并追溯数年历史数据
- 可周期性进行数据分析洞察, 以周/月/季/年为时间周期

多年营销实战经验，全网真实互动数据多维深钻 构建时趣洞察引擎品牌营销战略战术洞察体系



时趣洞察引擎

洞见发现

定位洞察

创意洞察

传播洞察

内容洞察

- 高频词趋势
- 正负面解析
- 声量/转评赞
- ...

人群洞察

- 消费者内容偏好
- 消费者观点态度
- 消费者触媒习惯
- ...

媒介洞察

- 跨平台表现
- 垂直媒体
- 热门KOL
- ...

行业洞察

- 行业热门营销内容
- 行业品类TOP变化
- 品类特征词趋势洞察
- ...

品牌洞察

- 品牌市场排名
- 品牌地位变化
- 品牌跨平台表现
- 品牌人群画像
- 品牌内容有效性
- ...

竞品洞察

- 竞品市场排名
- 竞品地位变化
- 竞品热词对比
- 竞品差异化内容
- 竞品传播媒介
- ...

赋能企业品牌负责人、时趣专业营销传播人员：

- **新洞察能力：**

- 助力美妆、白酒、汽车、手机、地产等多行业品牌负责人洞察行业趋势
- 赋能时趣营销传播人，洞察年轻群体、细分圈层人群、特定地域人群等多种品牌人群定制洞察需求

- **新营销方法：**

- 赋能品牌负责人产品卖点科学决策
- 赋能时趣营销人创意内容更加有效
- 赋能品牌负责人与时趣营销人，量身定制合适品牌的KOL
- 赋能品牌负责人与时趣营销人，营销效果全面评估

- **新运营服务：**

- 技术赋能时趣价值链活动，让理性数据分析结合感性的创新脑洞，赋能营销创造力

案例：时趣数据洞察驱动某知名手机品牌新品上市创意

项目背景：

随着智能手机产品同质化愈加明显，市场竞争日趋激烈，随着5G时代的到来，客户试图以“视频防抖”为差异化卖点，抢占视频影像的新功能赛道，从而突围智能手机红海市场。

希望时趣可以通过大众传播方式，以新颖和引起目标人群共鸣的策略和创意，占据目标人群心智，建立新品视频防抖行业认知第一。

- **挑战**

华米OV布局5G视频赛道，客户品牌后发推出新品，主打视频防抖，如何抢占用户心智，提升新机预约量

- **洞察**

拍好视频 先有防抖
建立视频防抖对于用户拍视频的必要性价值

- **策略&创意**

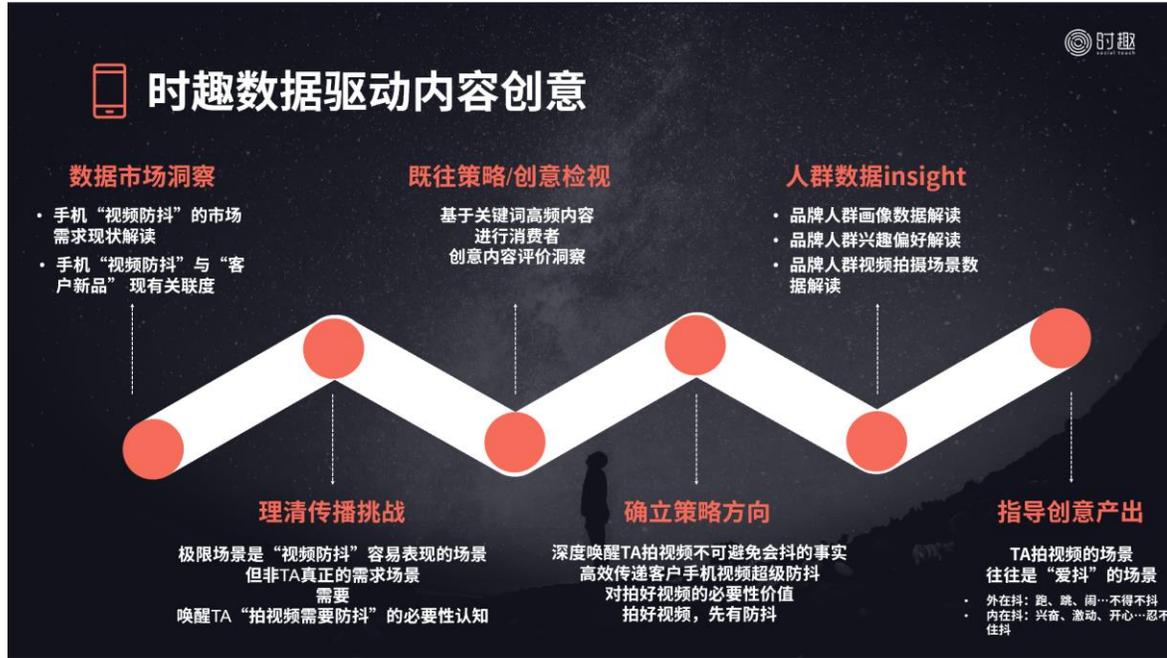
通过AI数据洞察用户需要“视频防抖”的场景是日常抖动，打破友商借极限场景做防抖营销

- **创意实施**

拍好视频先有防抖，打造《12级防抖全运会》微综艺12位明星、KOL发起日常防抖场景挑战

- **结果**

认知：全网“防抖”内容客户品牌占比63.89%，手机品牌第一
销量：新品获京东天猫5G手机预约量冠军



客户官微2天转发量：11027

亲子拍摄场景创意



<http://n.miaopai.com/media/gnvsjMM1MgXK0Obx2UrCgQc5z9T3Whi3.htm>

客户官微2天转发量：29963

爱宠拍摄场景创意



<http://n.miaopai.com/media/A0e67L2FBoviTt4udduV9zgOd98cipr~.htm>

客户官微2天转发量：22793

恋人拍摄场景创意



<http://n.miaopai.com/media/~-bzBsFQ00d2cUxxyPv-Z6LxEiP9tVfy.htm>