



# 020行业格局与营销

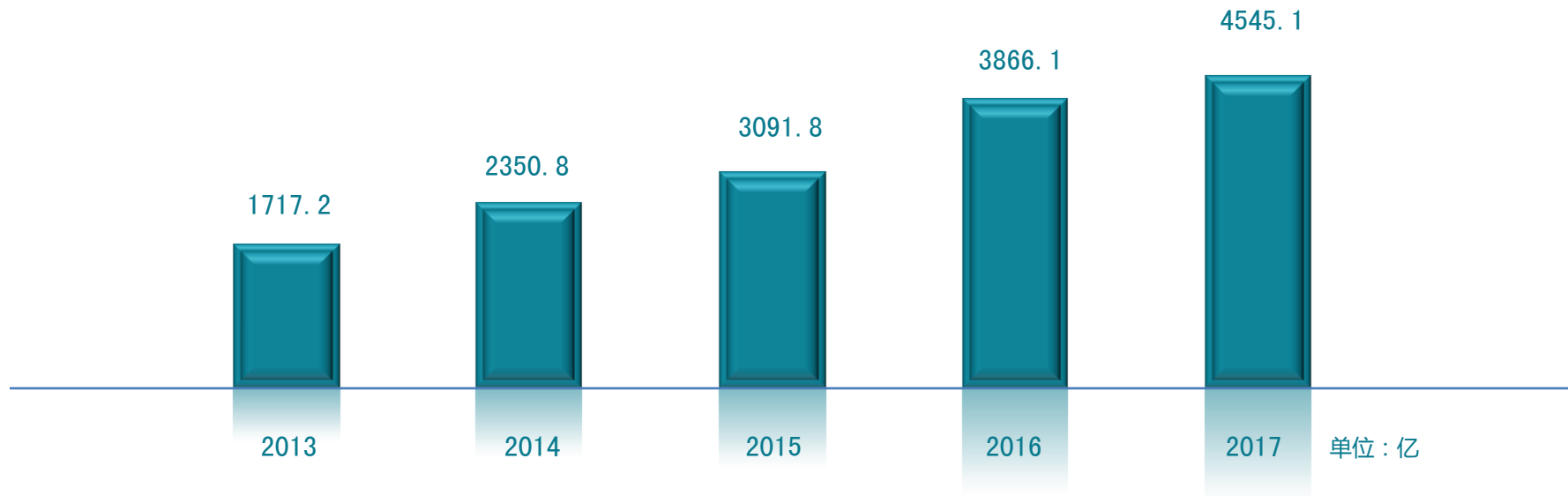
## 020 Industry Development & Marketing

百度副总裁 曾良

Vice President, Baidu Inc. Liang Zeng



## 生活服务产业在加速拥抱O2O

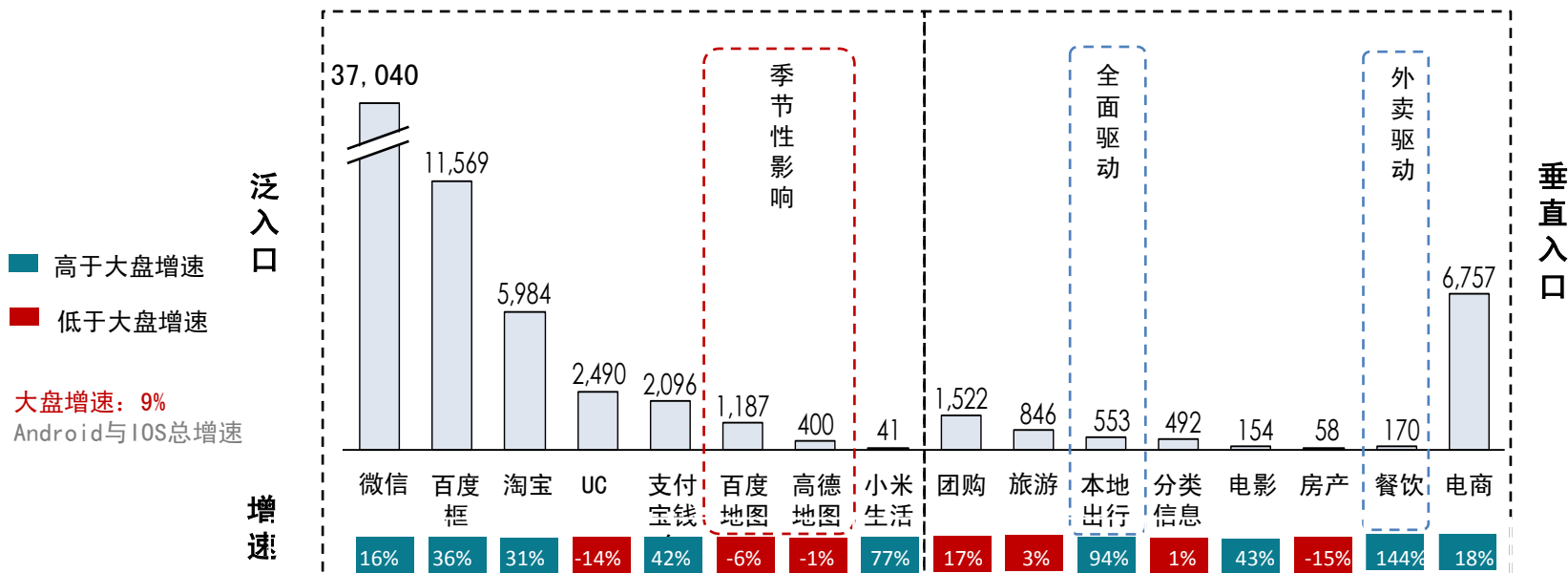


2013-2017 中国本地生活服务O2O市场规模

## 020行业趋势：垂直入口更具爆发性增长

### LBS泛入口&垂直入口累计DAU规模比较

(单位：万，2015年1月 vs 2014年9月)



数据来源：Malexa(按地图还原)、艾瑞，本地出行包括打车、代驾、停车、违章查询等；  
 餐饮包括外卖、订位、点餐；电影包括交易类和非交易类；房产包括租房、找房、卖房；旅游包括：综合旅游、酒店、机票

## 020竞争态势：细分品类精细化延伸，独立组织保障业务



高频 → 低频 团购 → 预定



核心 → 周边



低频信息聚合 → 高频自营

## 020营销的四个特质

1 需求的激发

### 节日营销

树立平台品牌，为商家带来更多流量

2 需求的理解与捕获

### 场景与个性化

个性化与场景化为商家精准定向受众

3 销售交易

### 产品金融化

提升商家盈利和融资能力

4 用户沉淀

### “会员+”战略

与商家共建良好020生态体系

## O2O营销的四个特质

1 需求的激发

节日营销

树立平台品牌，为商家带来更多流量

2 需求的理解与捕获

场景与个性化

个性化与场景化为商家精准定向受众

3 销售交易

产品金融化

提升商家盈利和融资能力

4 用户沉淀

“会员+”战略

与商家共建良好O2O生态体系



## 各种“造节”的营销活动助力商家



## 整体交易规模的螺旋式上升

- 通过自创节日，并抓住公众假日等市场热点，激发需求，不断创造交易规模新高；
- 随着产品体验不断提升，品牌差异化逐步形成，每次活动后注重用户留存，业绩呈现螺旋式上升；





## O2O营销的四个特质

1 需求的激发

### 节日营销

树立平台品牌，为商家带来更多流量

2 需求的理解与捕获

### 场景与个性化

个性化与场景化为商家精准定向受众

3 销售交易

### 产品金融化

提升商家盈利和融资能力

4 用户沉淀

### “会员+”战略

与商家共建良好O2O生态体系

# 地理场景折射用户痛点

地理场景定向

Geo-targeting  
(GPS)

京东618方圆定向



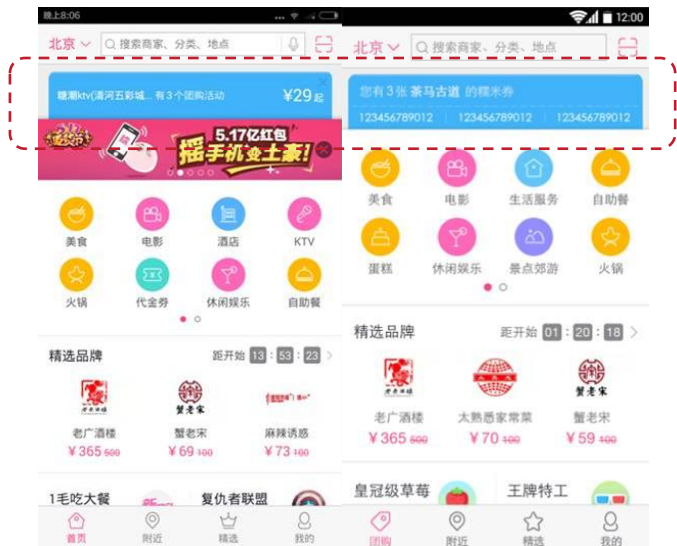
Micro-targeting  
(Beacon)

德国O2电信运营商  
iBeacon应用



# 丰富的个体颗粒数据使得个性化推荐成为可能

## 1 到店推荐



- ✓ 识别个体用户到店场景
- ✓ 向未购买糯米券的用户推送商户团单信息
- ✓ 向已购买糯米券的用户提示券码

## 2 到商圈/商场推荐



- ✓ 识别个体用户地标信息
- ✓ 个性化推荐商圈商家

## 3 基于用户兴趣流的推荐



- ✓ 识别个体用户场景并结合用户画像
- ✓ 个性化推荐商家和团单

## O2O营销的四个特质

1 需求的激发

### 节日营销

树立平台品牌，为商家带来更多流量

2 需求的理解与捕获

### 场景与个性化

个性化与场景化为商家精准定向受众

3 销售交易

### 产品金融化

提升商家盈利和融资能力

4 用户沉淀

### “会员+”战略

与商家共建良好O2O生态体系

## 产品金融化

产品金融化

代金券

到店付

储值卡

商家

效率更高  
毛利更好  
融资更快

## O2O营销的四个特质

1 需求的激发

### 节日营销

树立平台品牌，为商家带来更多流量

2 需求的理解与捕获

### 场景与个性化

个性化与场景化为商家精准定向受众

3 销售交易

### 产品金融化

提升商家盈利和融资能力

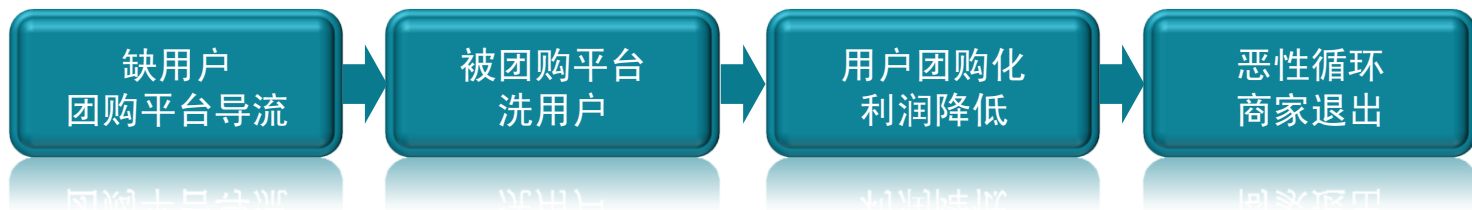
4 用户沉淀

### “会员+”战略

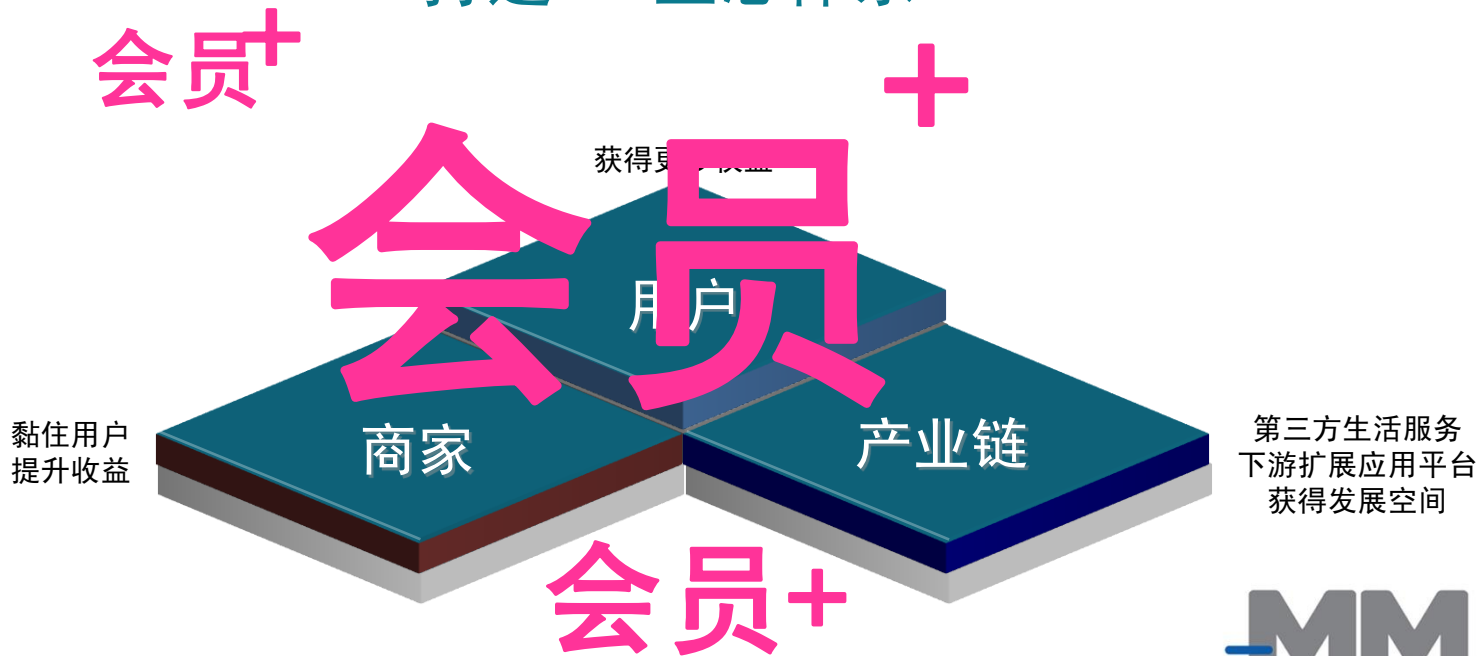
与商家共建良好O2O生态体系

## 缺乏独立开展O2O的能力

### 传统团购并没有真正帮助商家解决问题

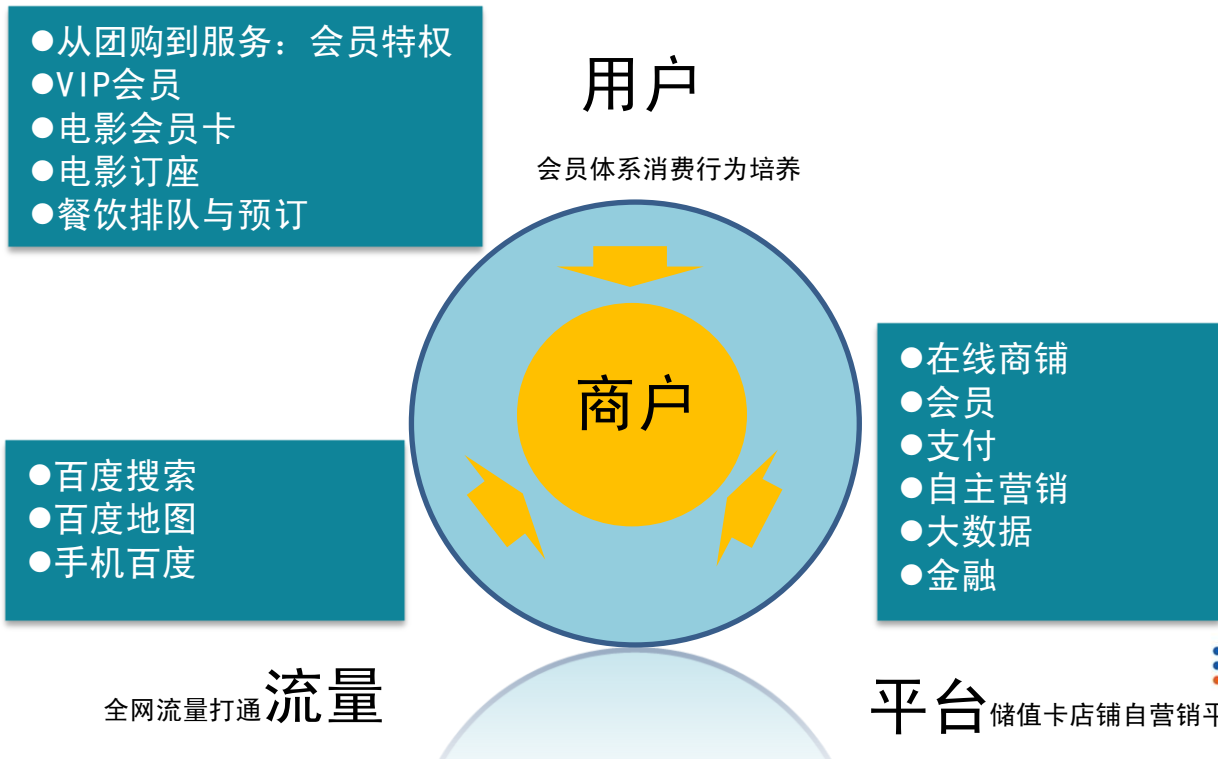


通过糯米构建会员+模式，实现用户/商户/产业链共赢，  
打造O2O生态体系





# 打造以会员+为核心的O2O生态体系



**FORUM SHANGHAI**

AUGUST 14, 2015 • SHANGHAI

co-organized by MVDhouzè

**THANK YOU !**

**MMA**  
CHINA 中国无线营销联盟