



洞见本源 致胜全局

全新消费者视角移动端洞察平台及产品简介

意略明Ghawar团队

2022年9月2日

触点越来越多，数据越来越多， 但随之而来的“数据孤岛”已成为当代营销的最大障碍

消费者链路

连续、一体，且有内在逻辑



被OTV曝光，
知晓品牌



达人种草，
产生购买意向



搜索评价和口碑，
决定购买



电商平台搜索、
比价



示例

仅曝光、点击数据；
少数情况下可追踪
后链路电商行为



阅读量、前后链路
数据均缺乏；
少数直接电商跳转
可跟踪



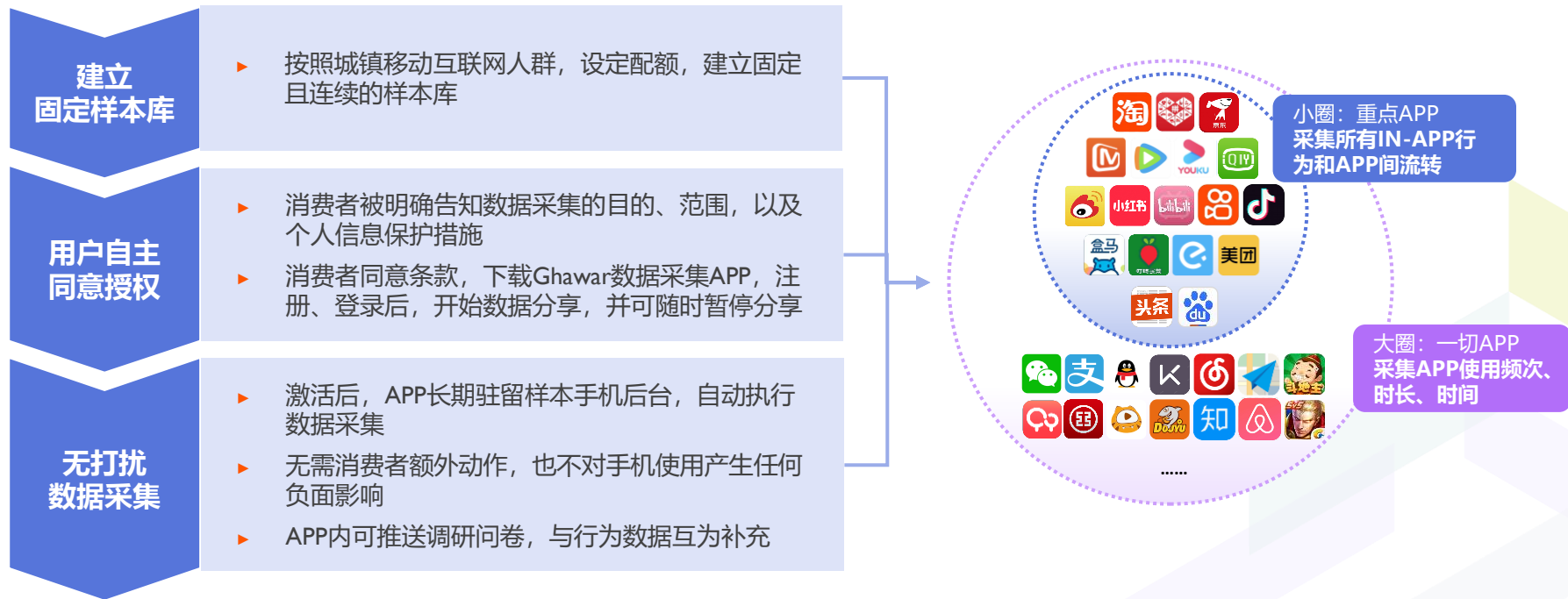
能获得大致阅读量和
互动量；
前后链路数据均缺
乏



部分平台可跟踪站内
路径；
跨平台行为无法跟踪

分散、割裂，无法反映全局历程的
触点数据

Ghawar是基于固定样本库、全新一代的消费者行为合规监测大数据平台



Ghawar核心覆盖点位及行为列表

曝光和触达

硬广

- ▶ 监听APP包括：
 - 短视频类：抖音短视频、抖音火山版/极速版、快手、快手极速版
 - 长视频类：爱奇艺、优酷视频、腾讯视频、芒果TV、哔哩哔哩
 - 购物类：手机淘宝、京东、拼多多
 - 新闻类：新浪微博、今日头条、今日头条极速版
 - 搜索类：百度、百度极速版
 - 知识种草类：小红书
- ▶ 对上述APP，收录点位包括：
 - 开屏、Banner、信息流、SEM、前贴片、暂停、评论区广告、文字链接等
- ▶ 另外对下列APP，采集开屏广告（IN-APP部分正在排期中）
 - 手机天猫、唯品会、考拉海购、网易严选、阿里巴巴1688、网易新闻、腾讯新闻、新浪新闻、知乎、得物、京东到家、叮咚买菜、盒马、饿了么、美团、美团外卖

软广

- ▶ KOL/KOC 发布内容
 - 微博、小红书、哔哩哔哩^{a)}
 - 抖音、快手
 - ▶ 电商直播
 - 手淘、京东
 - 抖音、快手
 - ▶ OTV植入^{a)}
 - 节目冠名、剧场广告、品牌名/产品名透出等
- a) 按需解析数据

后链路行为

综合电商

- ▶ 平台：
 - 淘宝、京东、拼多多
- ▶ 行为：
 - 搜索、浏览、收藏、订阅、入会、加购、购买

内容电商

- ▶ 平台：
 - 抖音、快手
- ▶ 行为：
 - 浏览、购买

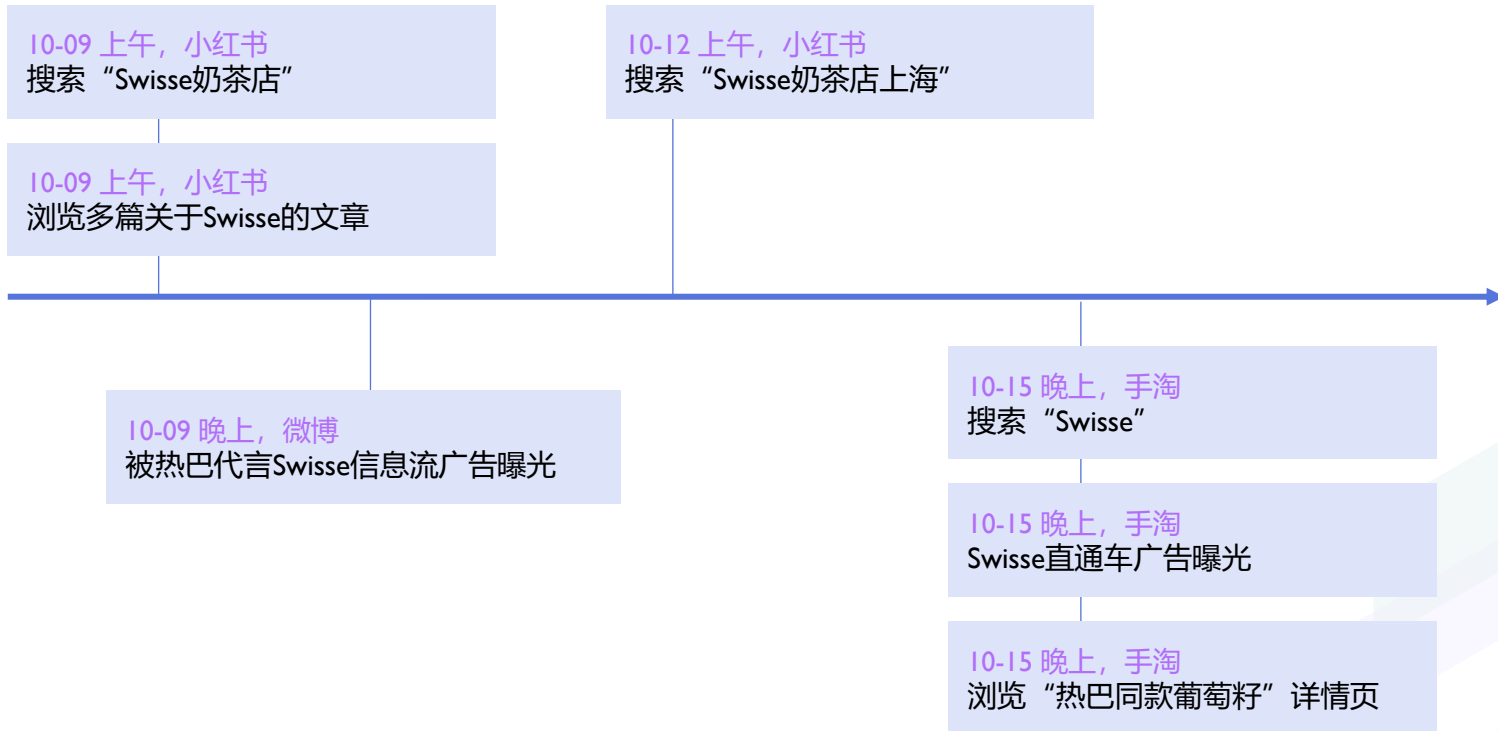
O2O

- ▶ 平台 (包括APP和小程序)：
 - 饿了么、美团
- ▶ 行为: 购买

搜索

- ▶ 平台：
 - 百度、微博、小红书、抖音、快手

示例：Ghawar监测到的某位消费者真实历程



Panel样本经严格抽样、代表性控制、多重验证和校准，准确反映移动端消费者行为宏观态势

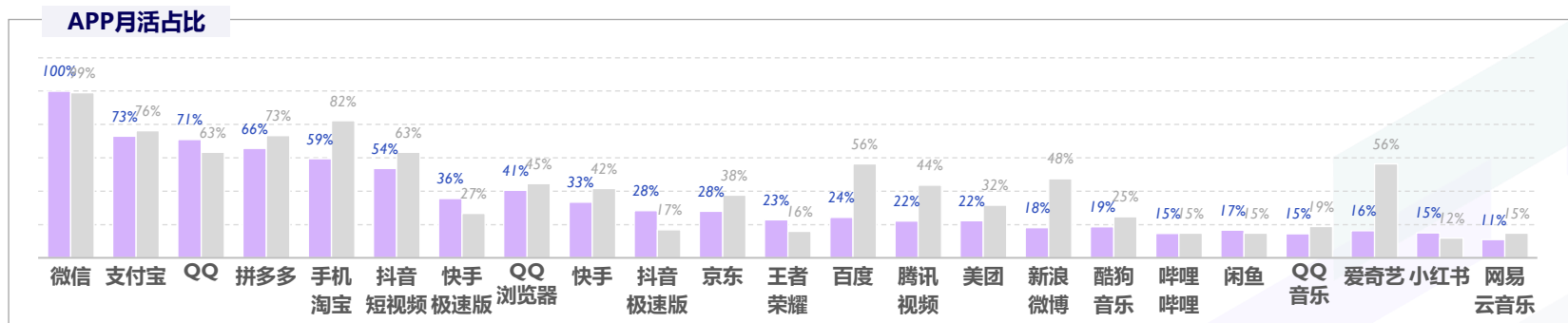
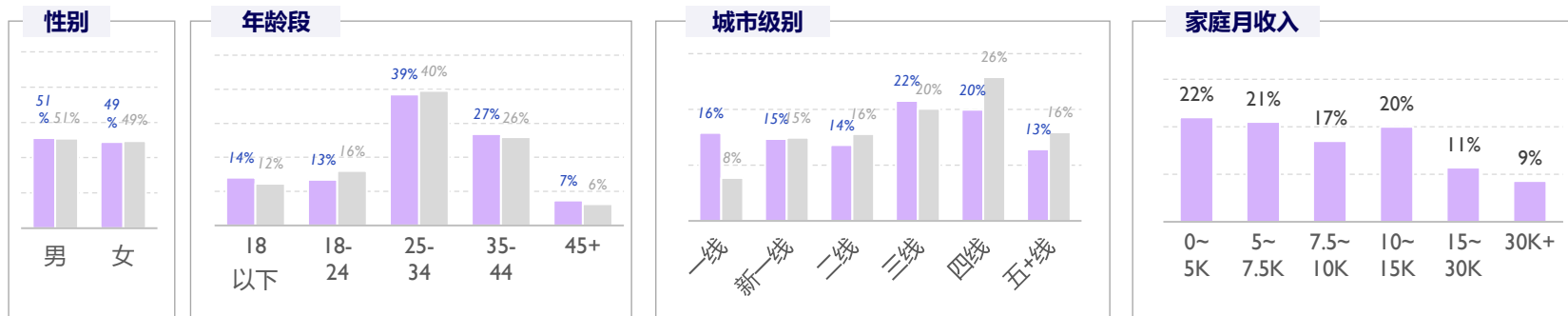


参考值:

- a) 中国互联网信息中心; 意略明作时间趋势推算
- b) 中国互联网信息中心; 前瞻产业研究院整理
- c) 国家统计局
- d) Quest Mobile

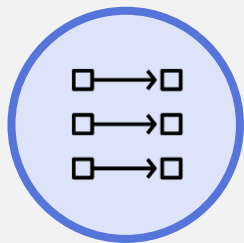
现有用户充分代表移动互联网的活跃人群；根据具体分析项目，可再作抽样或加权

Ghawar Panel 参考值*



* 注：性别、家庭月收入参考值：中国统计年鉴，中国城镇人口，2020（年鉴收入统计口径与一般人群画像不同，无法直接对比；详细数据请参见附录）
 年龄段、城市级别参考值：前瞻产业研究院，移动互联网用户，2020；
 APP月活参考值：Quest Mobile，2021 H1

Ghawar基于消费者实际发生的跨域流转链路，结合大小数据，进而提炼多方面市场洞察



直达本源

*
直接揭示消费者对营销活动反应

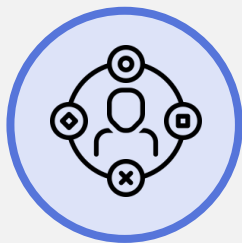
*
杜绝中间环节
刷量注水或其他偏差



捕捉事实

*
基于消费者的实际行为
而不是回忆自述

*
完整记录各类
琐碎细节和无意识举动



横跨时空

*
完整记录消费者在
各APP的各项行为

*
跟踪同一消费者在
时间轴上的前后链路

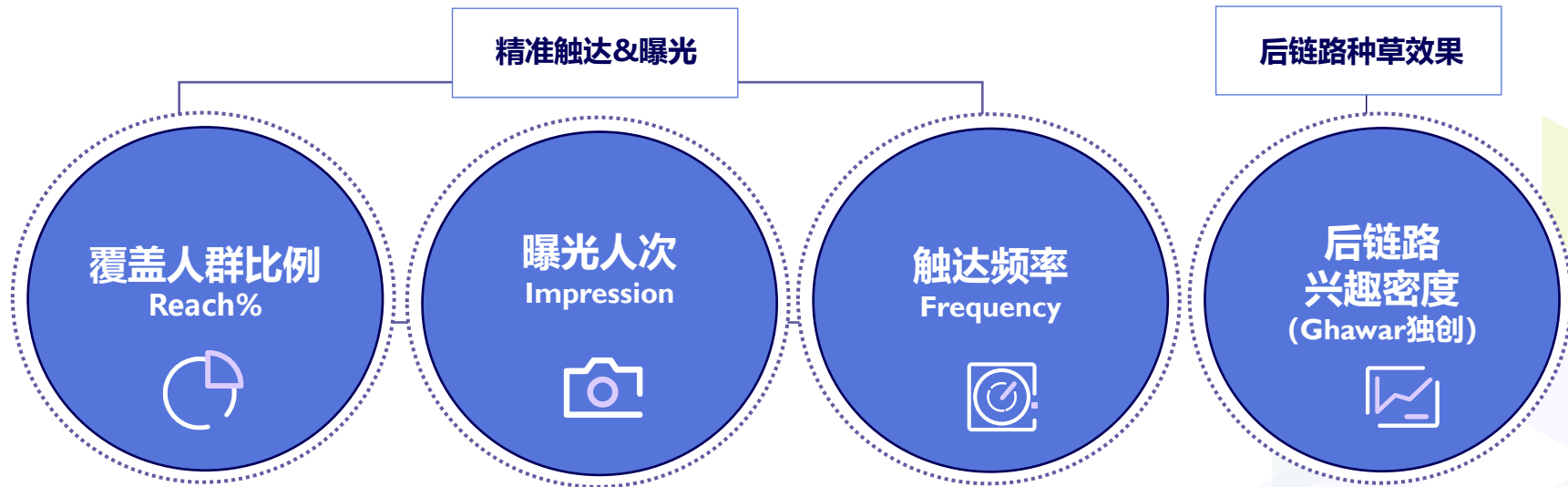


洞察因果

*
在知晓消费者行为的
前提下补充调研

*
行为与心智
互相揭示佐证

Ghawar评估全域广告效果核心指标



Ghawar vs. 其他媒介监测产品



	Ghawar	硬广监测	软广监测
数据来源	终端消费者	媒体端埋码, 大数据爬虫	大数据爬虫
虚假流量/水军	直接从消费者端获取数据, 无 虚假流量和水军困扰	存在虚假流量现象	存在网络水军现象
触达指标体系	真实曝光、触达指标, 同时评估软、硬广效果	曝光、触达评估硬广效果	页面转评赞评估软广效果, 无触达指标
触达人群	依据真实消费者 全域平台in-app行为的 人群画像 , 可精确到触点层面	依据消费者媒体曝光行为的推算画像	无触达人群画像
广告内容	可抓取 千人千面素材 及相应素材 曝光触达表现	无内容相关	无法爬取千人千面页面广告内容 无曝光触达表现数据
营销效果	同源数据看到营销投放 短、中期流转效果 (兴趣、ROI转化) 及消费者心智变化	无后链路效果	无后链路效果
后续评估	持续 追踪消费者表现	无法连续追踪同源数据	无法连续追踪同源数据

基于Ghawar，建立七大成熟解决方案；后续将陆续孵化更多方案

情报与洞察



Media Landscaper

媒介情报站
行业内软硬广投放模式和声量情报

TA Portraitor

人群画像馆
全方位的TA特征偏好解析

Journey Photoscope

链路透视镜
消费者行为+心智的品类链路剖析

Creative Encyclopedia

创意大全书
移动端全域行业沟通素材库

策略优化



Seeding Accelerator

种草加速器
高效种草引流的媒体和内容策略

效果跟踪



Campaign Evaluator

战役评估师
Campaign人群触达和长短期效果评估

Routine Placement Tracker

日常投放跟踪
持续监测本品投放触达和种草效果

