

2019.8

JOIN 久其数字
DIGITAL GROUP
让传播更科学

Bring Brand and Customer Closer

久其数字传播集团

CEO 邓晨



纸媒



电视媒体



互联网
媒体



移动媒体



物联网
媒体

数据

DATA

精准度

ACCURACY

给我们带来的只有好的一面吗？



重复的无效广告
叨扰的推送信息

冰冷的群体数据统计
各平台的“精准推送”

私密

PRIVACY



The background of the slide features a smartphone on the left showing a Facebook login page with the text 'facebook' and 'phone number'. To the right, wooden blocks are arranged to spell out 'SOCIAL MEDIA'. The entire scene is set on a wooden surface.

The future is private

未来是私密的

——扎克伯格

从广场

千人千面&广播群发

JOIN DIGITAL GROUP

数据的可用性遭受挑战

需要和用户更亲密

到客厅

一人千面&私密营销



每个品牌都应该拥有属于自己的营销大数据能力，都能实现和用户的一对一交流

Bring Brand and Customer Closer

每个用户都应该得到品牌个性化的认知和服务，都能实现和品牌的一对一交流



品牌需要构建自有的用户池

品牌需要打造用户交互平台

品牌需要和用户以更亲密的方式交互

数字营销1.0— —用户触达时代

品牌曝光

各种平台数据
各种转化数据

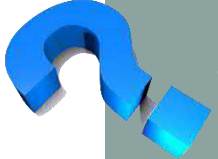


易

效果转化

难

用户信息



用户信息无法留存
造成数据流失

数字营销2.0— —用户管理时代

●———**数据使用**———●
千人千面

营
↓
销



易
↓
效
果
转
化
↓
难

用户信息积累

通过留资方式积累了部分数据
流量可以存下来了



建立流量池
收集用户数据

代营销3.0—— 用户交互时代

●——**一对一交互**——●

营

销



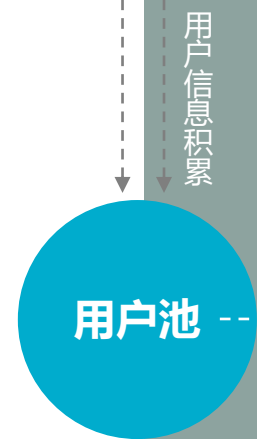
←—— 一 对 一 交 互 ——→

JOIN
DIGITAL GROUP

用
户
画
像

通过用户交互，持续优化营销效果

构建与用户一对一的交互
将用户池价值最大化



数 据 沉 淀

自有用户池

Before



用户关系建立各渠道上，数据分散又独立

分散的流量池

After



解决用户收到无用信息&广告的问题

分析【数据】->用户筛选

输入搜索条件 手机号 搜索

来源: 微信 微博 CLUB CallCenter 官网 Tmall JD YZ

会员性别: 男 女 未知

会员地区: 选择省 选择市

用户年龄: 不限

是否建档: 有 无

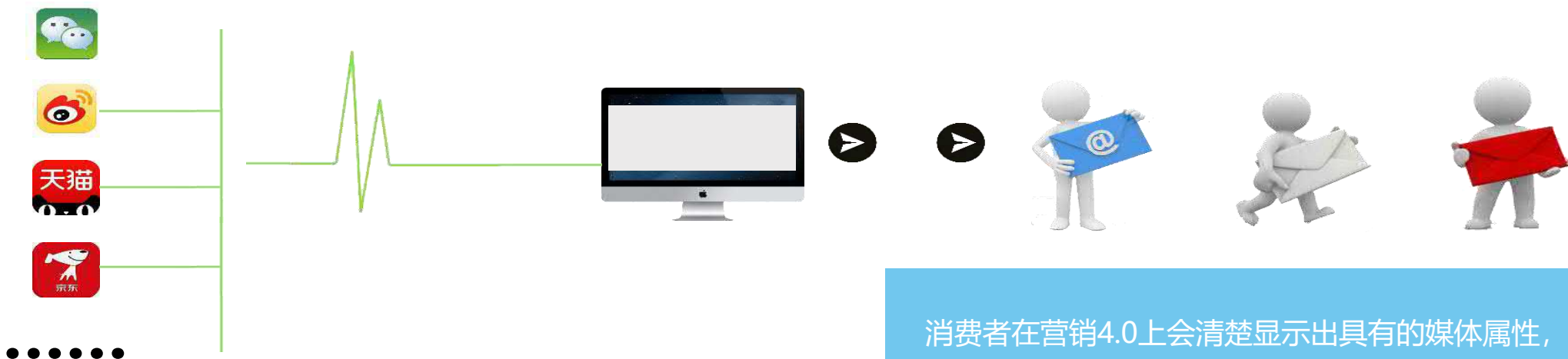
手机号: 有 无

电子邮箱: 有 无

会员积分: 选择积分

标签筛选: 请选择

符合人数: 检查人数



消费者在营销4.0上会清楚显示出具有的媒体属性，及信息推送的内容，让品牌整体把控各个媒体平台的沟通内容；从而做到不重复又不缺失

基于行为的个体标签

Before

用户数据采集

用户基础数据

- 用户ID/性别
- 来源渠道
- 关注事件
- 地理位置

账号事件数据

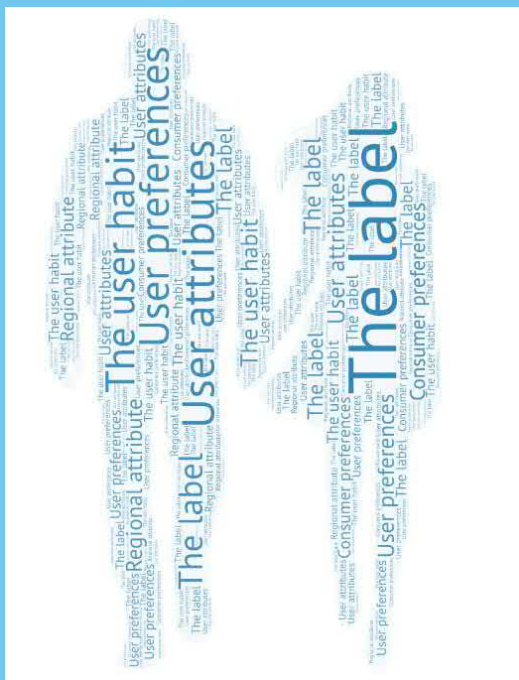
- 菜单点击
- 图文查看
- 图文转发

用户互动数据

- 活动类别
- 分享行为
- 点击行为

消费能力数据

- 消费类别
- 消费规格
- 消费金额



用户数据聚类

基本属性

- 公开信息
- 互动行为
- 生命周期

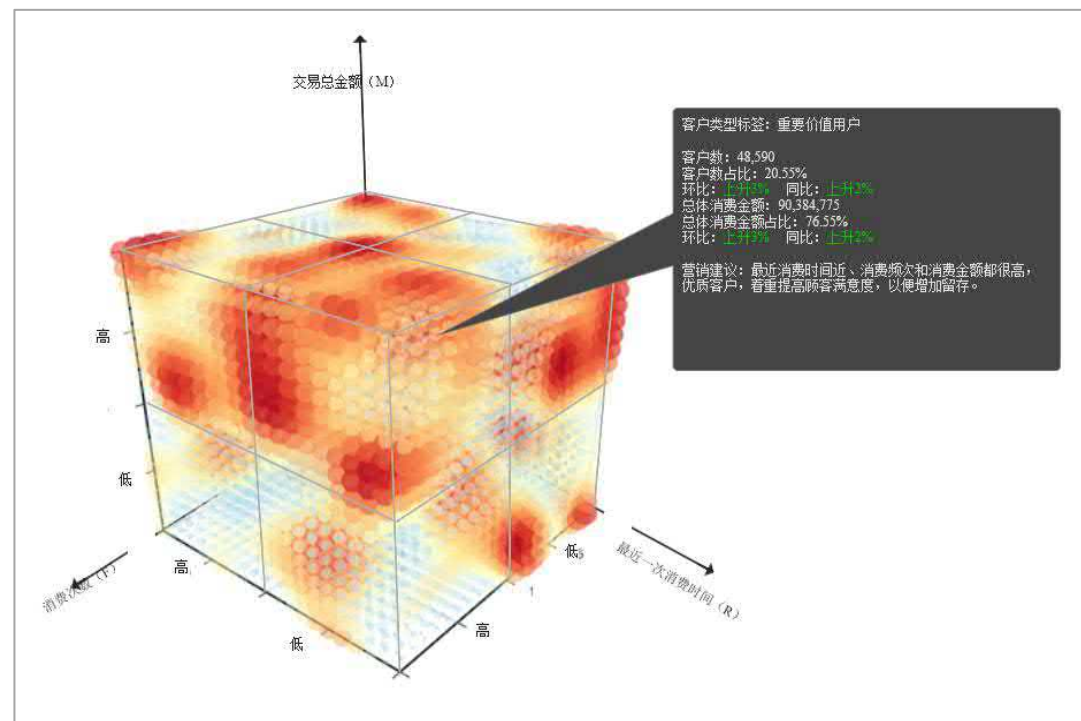
传播属性

- 兴趣爱好
- 传播习惯

消费属性

- 消费周期
- 消费偏好
- 消费类别

After



品牌与客户一对一的交互场景应用

精准投放



会员定制



信息提醒





Question

当一个还未来中国的外国人想要到景区来旅游，他们要如何获取对他们有用的信息呢？



目前状况



他们需要通过Google、Facebook、TripAdvisor上去寻找相关的旅游信息，如果想要详细的了解所有的信息，需要往返于不同的平台，花很长的时间去查找资料，往往最后还是无法得到想要的确切信息，信息的获取困难成为很多来中国旅游的海外人士的痛点。

解决方法

对话互动

1. 打造基于Messenger的官方宣传窗口，配合官网进行信息展示，解决了官网存在的无法互动的问题；
2. 用户页可以通过对话的形式，触发不同的关键词以得到相应的答案，更加便捷和高效。

信息集成

把所有的景区信息分门别类的整理好，从基本信息展示到活动、资讯、优惠等通过固定菜单栏版块，一站式轻松便捷的解决游客的信息查询问题。





Question

当一个外国游客来到景区后，如何解决外国人的语言障碍问题？





语音智能推送

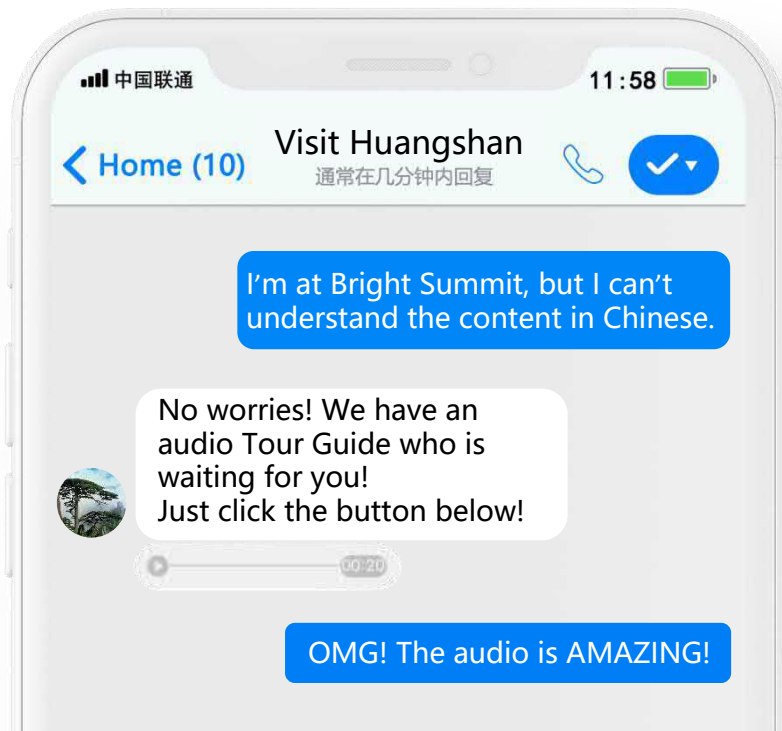
将景点的文字介绍、语音介绍上传到messenger里，把不同的“印章”标识贴在景点的显眼位置，引导海外游客进行扫描。当他们扫描“印章”时，就可以直接来到景点的文字和语音介绍页，我们甚至可以把景点最深层次的含义讲述给海外游客听。因为本身不需要下载任何APP，海外游客只需要使用他们经常用到的Messenger就可以轻松解决，更加实用、便捷。

目前状况

随着入境游的发展，现在有个别景区配备了针对外国游客的导游机，但毕竟还是少数，且国内导游机的语言较单一，内容也较简单，无法完全满足海外游客的需求。

自然风光类的景点，外国游客可以直接感受到，可是面对文化、历史和传说类的景点时，如果没有详细的文字介绍或没有直接的讲解，海外游客很难知道景点背后的典故，了解更深层次的含义，这会削弱他们的旅游体验。

解决方法





Question

如何在游客想要联系景区时，能够及时与景区取得联系？





解决方法

Always Online

基于messenger开发智能客服机器人，能够提供7*24小时的在线客服，通过在线翻译，自动识别客户语言，第一时间解答游客的疑问，为游客提供热门景点的全景详细地图，让游客随时随地可以找到自己的位置，并得到卫生间、服务中心、医疗救助站等设施的位置查询。同时在API接入地图的前提下，能够为游客提供导航、紧急服务查询等功能。

目前状况

目前很多景区的硬件配套设施以及服务水平都还不能满足接待外国游客的需求，海外游客碰到一些紧急、突发的情况时，很难第一时间得到景区的处理。





Question

**在海外举办线下活动、展销会，
如何有效监测和衡量活动的效果呢？**



解决方法

多维数据衡量效果

“一物一码”在messenger上同样适用，能够准确统计每次线下活动的实际参与人数，并通过信息收集、社交媒体数据对比等方式，对活动参与人员信息进行存储和分析。品牌方可以根据实际的扫码数据、用户价值分析、用户互动比例等多个维度，对活动的效果进行评估，不让品牌方花冤枉钱。



目前状况

品牌方花了很多钱做了活动、展览等线下活动，最后供应商或执行方给到的就是一组简单的数字：多少人观看，多少人参与等等。这些数据对活动效果的考量较为片面，很多品牌成了被忽悠的冤大头。





Question

**如何收集用户反馈，
如何发挥消费者的主观能动性
如何进行市场调研？**



目前状况

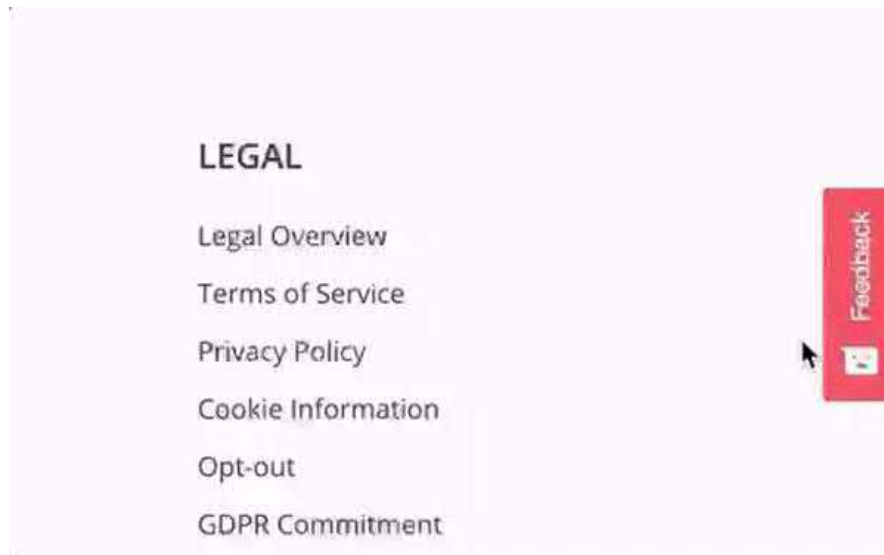
解决方法



以往景区对外国游客的调研，多采取线下抽样问卷、线上新媒体调查，或者直接委托给第三方调查公司，最终的参考价值有限；对于外国游客的体验是不是满意，收集的渠道有限，而且用户参与度也不高

用户反馈调研

基于messenger做定制开发后，1、能够根据用户在messenger里的行为来对用户和产品的体验进行数据收集；2、可以定制开发调查问卷的模块，针对用户做一些更加深度的问题访谈；3、在里边加入分销模式，拼购模式，加入积分商城





Question

**“私域流量” 的概念大热，
如何构建海外的CDP？**



解决方法

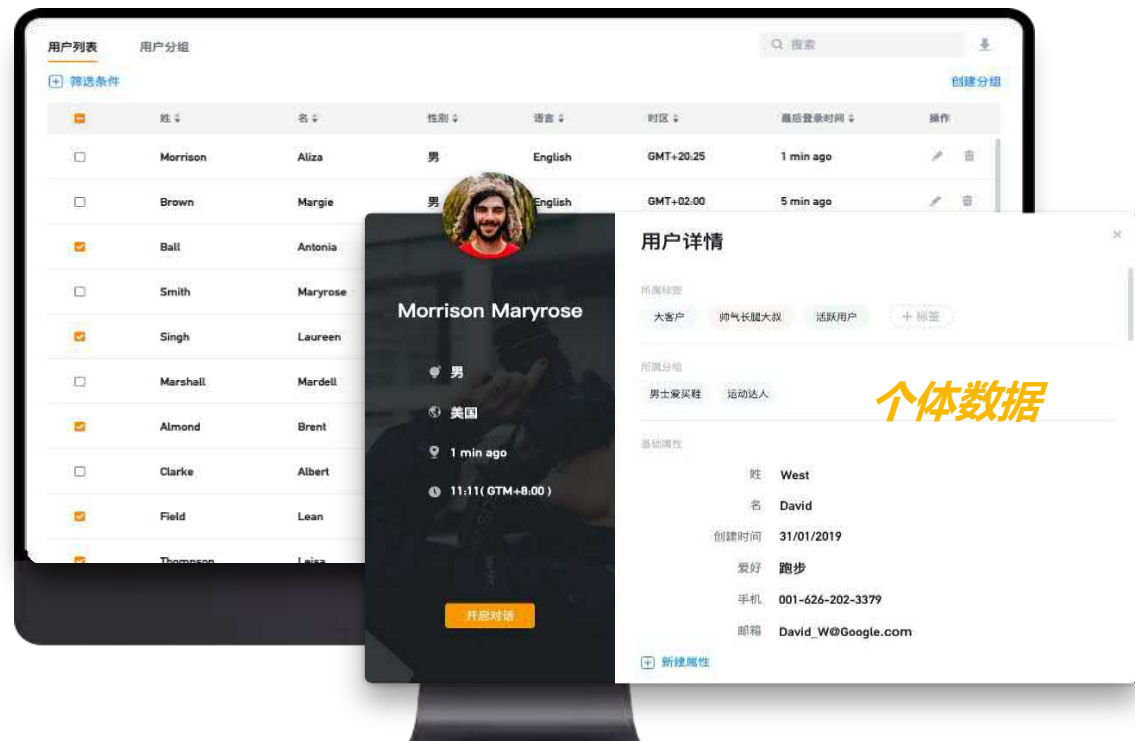
更懂用户，更低的营销成本

利用messenger可以把数据维度从群体转向个体数据，能够知道哪些粉丝是我们真正的用户，这些粉丝都是谁，有什么喜好，有什么特点；同时，能够利用messenger的推送机制，更加便捷的向用户推送内容，实现低成本，或者无成本的营销



目前状况

流量成本越来越高，单个粉丝的价格攀升，广告花费逐年提升；受推送机制的影响，并不是产出的帖文都会出现在所有粉丝的朋友圈，还需要通过广告进行推广；





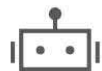
Join @.hat 顺势而生

让旅游品牌与海外游客深度对话



基于Facebook Messenger Joinchat的五大营销价值

- 1、全球化AI客服提升参与度：实时用户交互，对话式引导营销
- 2、个体用户数据完善：平台数据互通，丰富用户画像
- 3、系统化信息展示与检索：一站式完成信息查询，提高转化率
- 4、“无边际”服务提升用户体验：不间断、多语种服务，提升品牌口碑
- 5、完善的会员管理体系：积极的社群营销，深度挖掘会员价值



智能机器人平台



丰富的流媒体模板



可视化聊天配置



广播消息一触即达



智能排期分发策略



人工客服无缝切换



全网粉丝画像沉淀



行业专属解决方案



FB Ads Manager投放追踪

基于对JoinChat本身的定位可以看出，
JoinChat针对旅游的三个核心功能



提供全面旅行资讯

提升游客服务体验

沉淀精准用户数据

JoinChat给用户带来什么？

现在的旅行者更注重从策划到旅行整个过程中的体验而非目的地本身，
这种体验感有来自线下的硬件服务，更有来自线上的软性体验。
随着社交媒体对全球旅客影响逐渐深入，旅行者在社交媒体上的每一个行为，都是品牌与旅行者互动的最佳时机。

为用户提供贯穿出行决策过程的场景化服务体验

旅行前

提供目的地资讯
预定酒店、门票



旅行中

便捷、高效率沟通
解决特殊服务需求



旅行后

鼓励分享旅程
会员积分兑换商城礼品

Have a nice trip

FB messenger.

JoinChat .



JoinChat给旅游品牌带来什么?

JoinChat通过全面的旅游资讯、即时性沟通、LBS以及在线商城等诸多功能帮助海外用户完成旅行全场景的线上服务体验；
JoinChat满足海外游客体验到便捷的线上旅行服务，这个过程里给品牌带来的是海量精准的用户数据。

- 通过场景化的优质服务，不断提高游客兴趣度
- 吸引并留住游客，沉淀用户行为数据
- 而数据，才是解决旅游品牌营问题的关键

数据推动品牌营销

在可预想的范围内，
JoinChat沉淀的用户数据能
为旅游品牌带来转化有：



人的转化



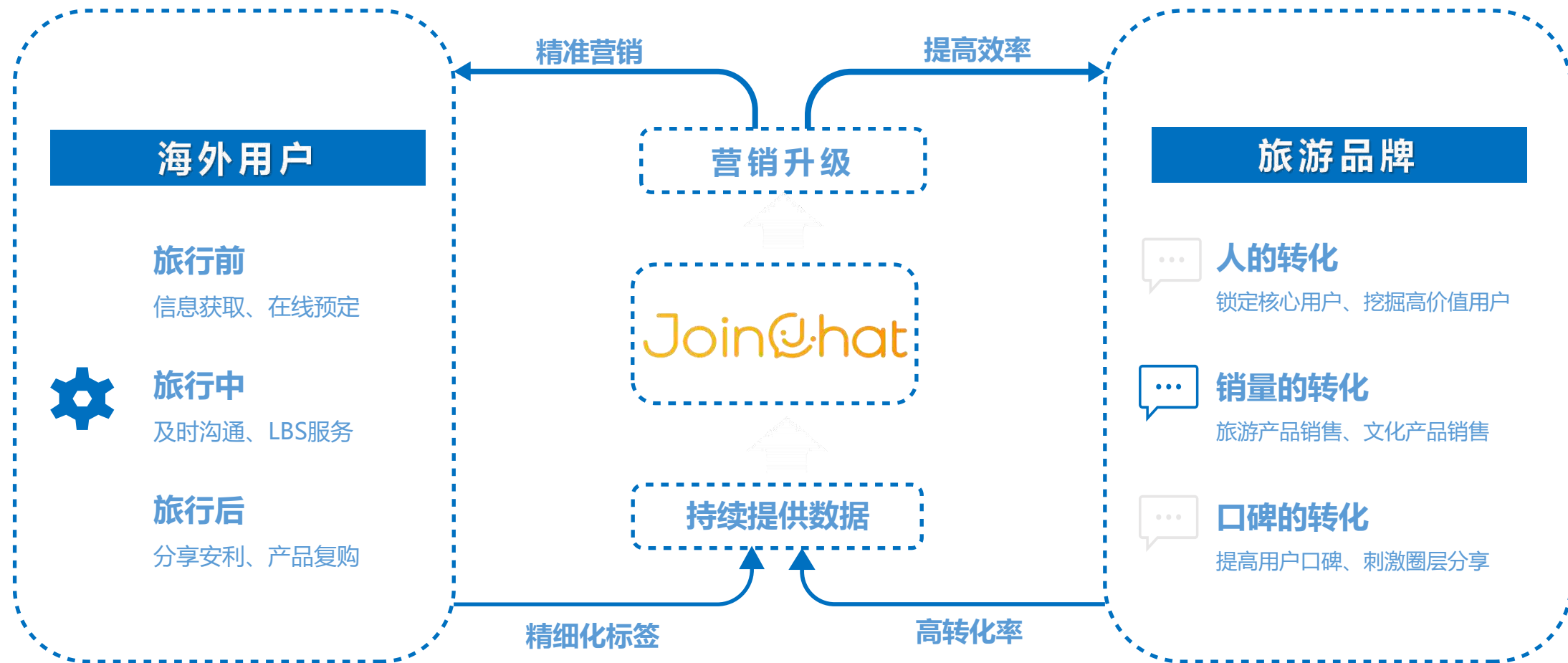
销售的转化



口碑的转化

为旅游品牌在海外持续提质增效

JoinChat构建旅游营销生态，一站式解决旅游营销难题



迈入



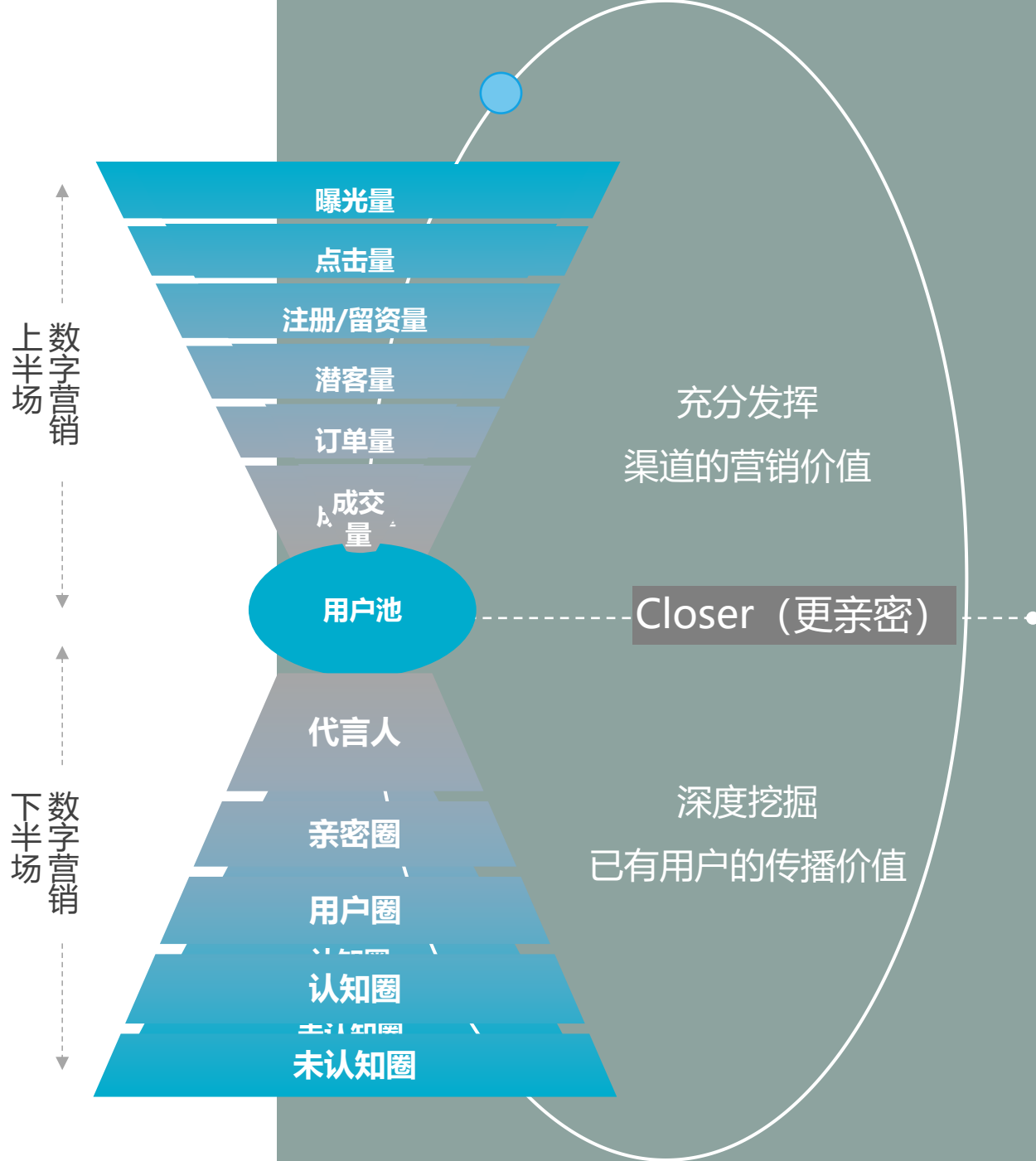
数字营销4.0时代

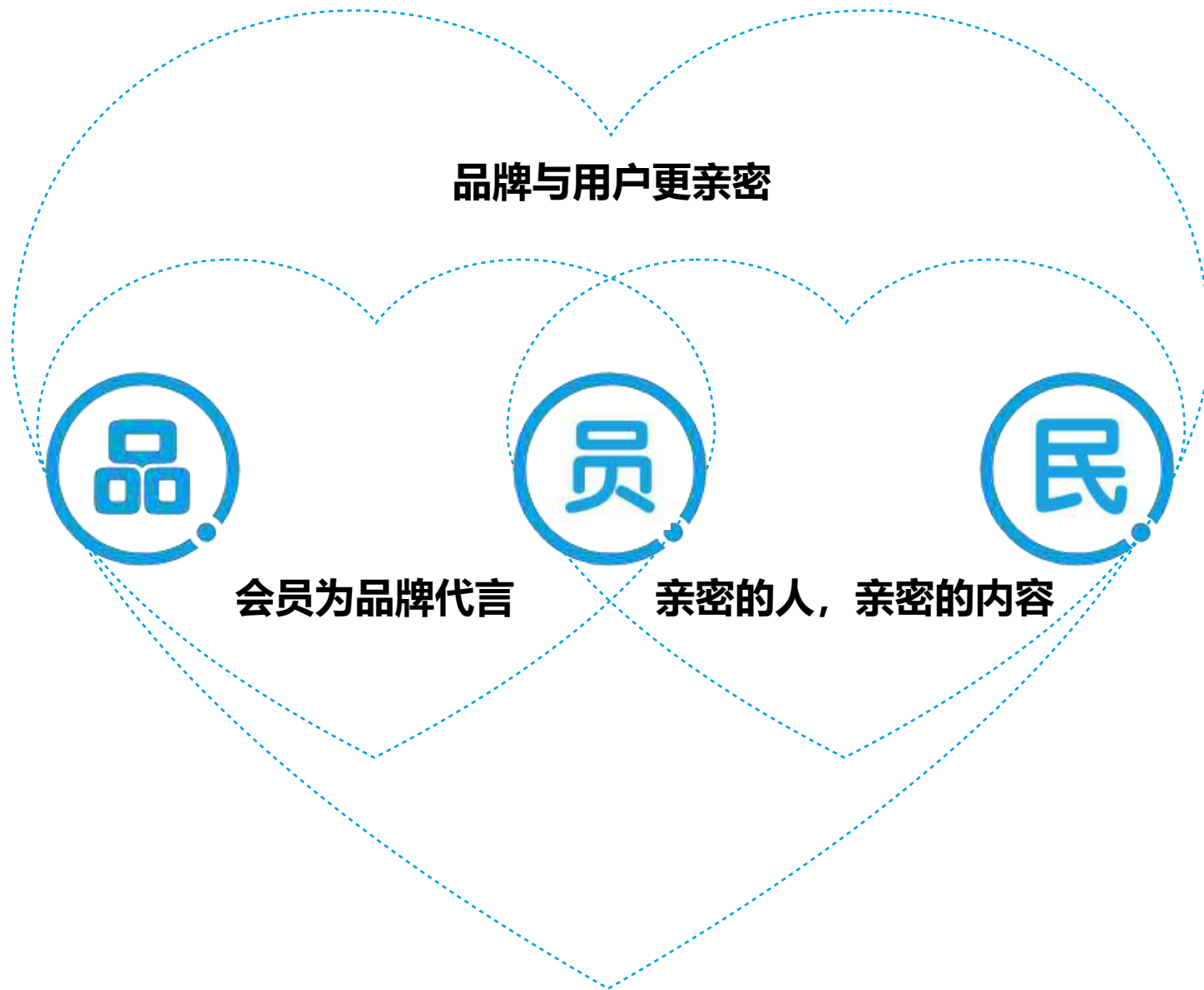
营销4.0—— 亲密交互时代

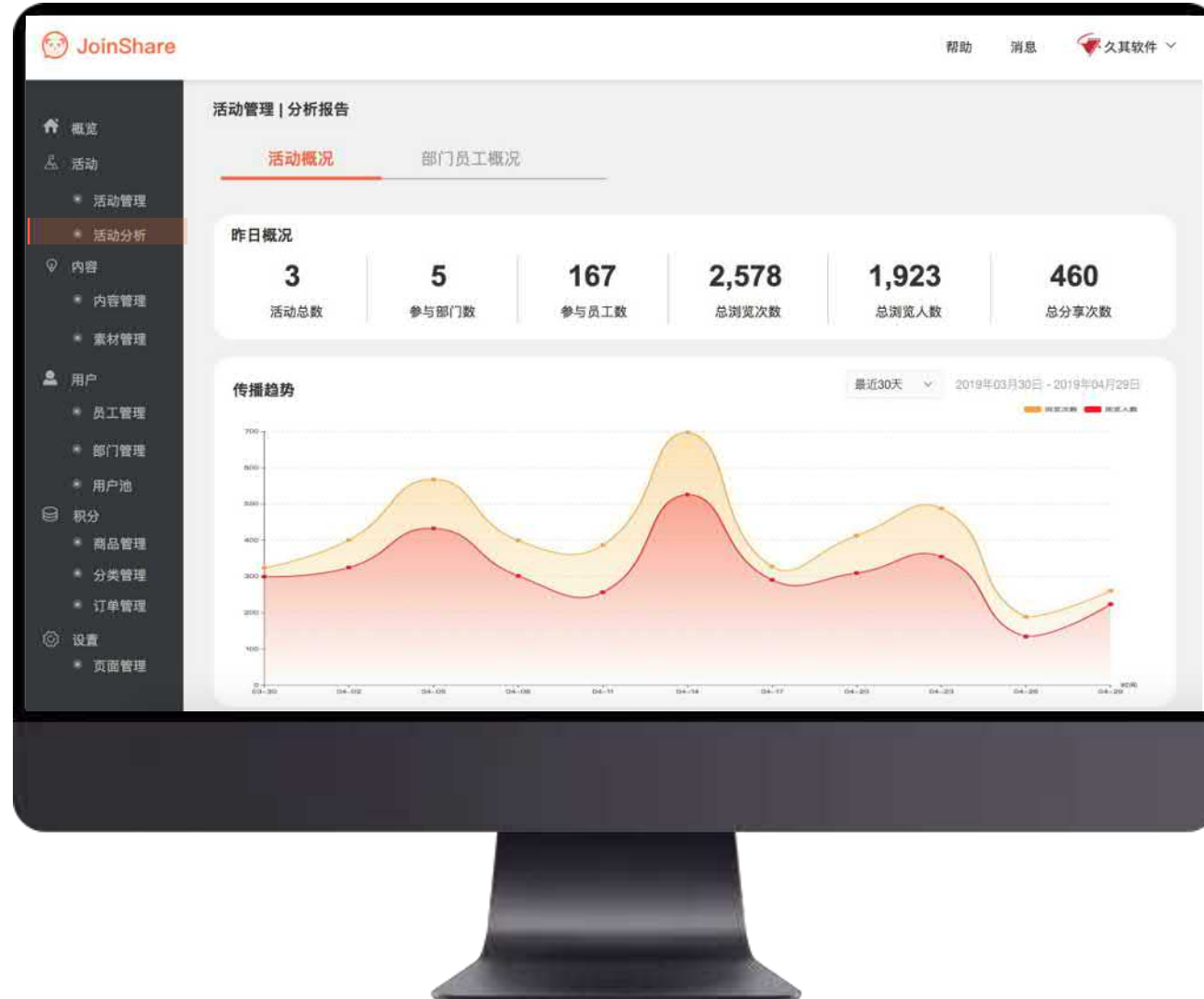
精准

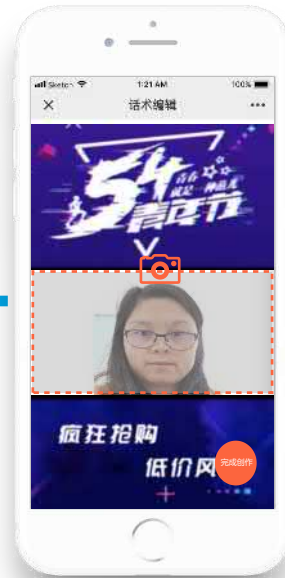
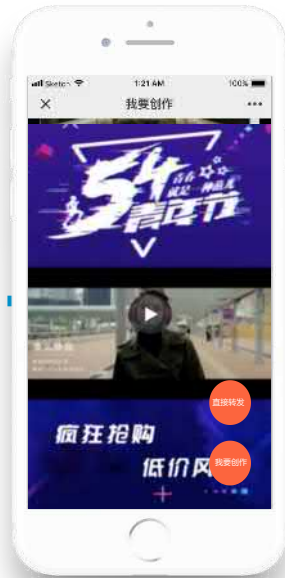
全民营销

裂变









品牌打样

会员模仿

内容裂变


JOIN 久其数字

DIGITAL GROUP

让传播更科学

JOIN DIGITAL
GROUP

久其数字传播集团



数据+传播双基因

DATA + COMMUNICATION

久其数字传播有限公司是A股上市公司久其软件（股票代码：**002279**）旗下全资子公司。公司以“**数据+传播**”双基因为特色，以大数据支撑传播，以传播释放数据价值，实现了传播的持续增值，让用户画像更精细、创意更有效、媒介更精准、效果更优化，致力于为政府、企业集团、媒体单位客户提供全球全渠道的一站式数字传播服务。

久其数字传播集团

优势资源+服务网络

(股票代码:002279) 基于扎实的数据支持与多维度传播, 致力于打造大数据时代集传播、管理与自动化营销的整合平台

500_{TB} 口碑数据

5 亿 用户画像

7 亿 设备数据

3000000⁺ 自媒体覆盖

350⁺ 海外媒体覆盖

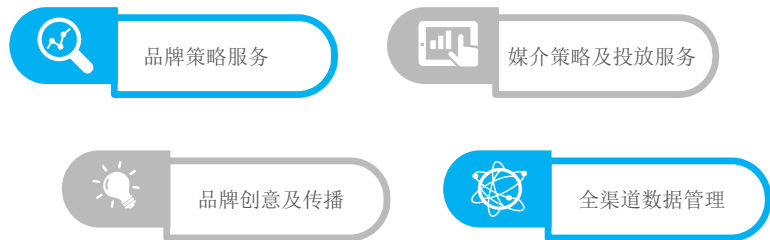
15 亿 年营收

350⁺ 雇员

30⁺ 分支机构

一站式解决方案

全案整合营销



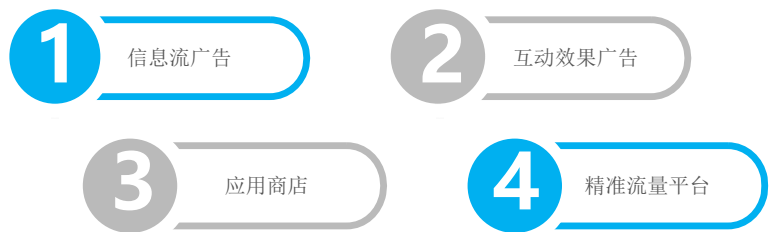
社会化营销



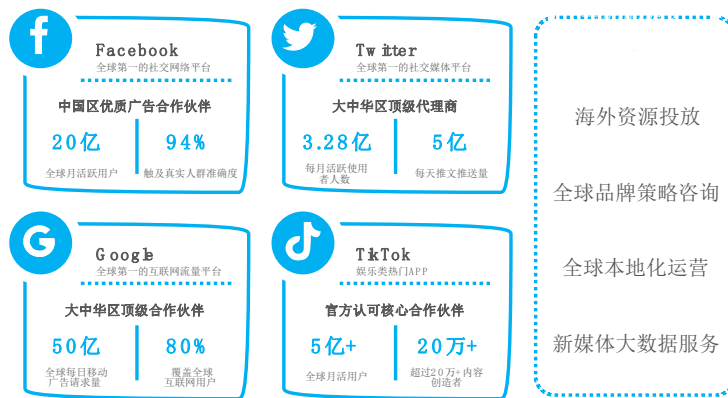
KOL营销



效果营销



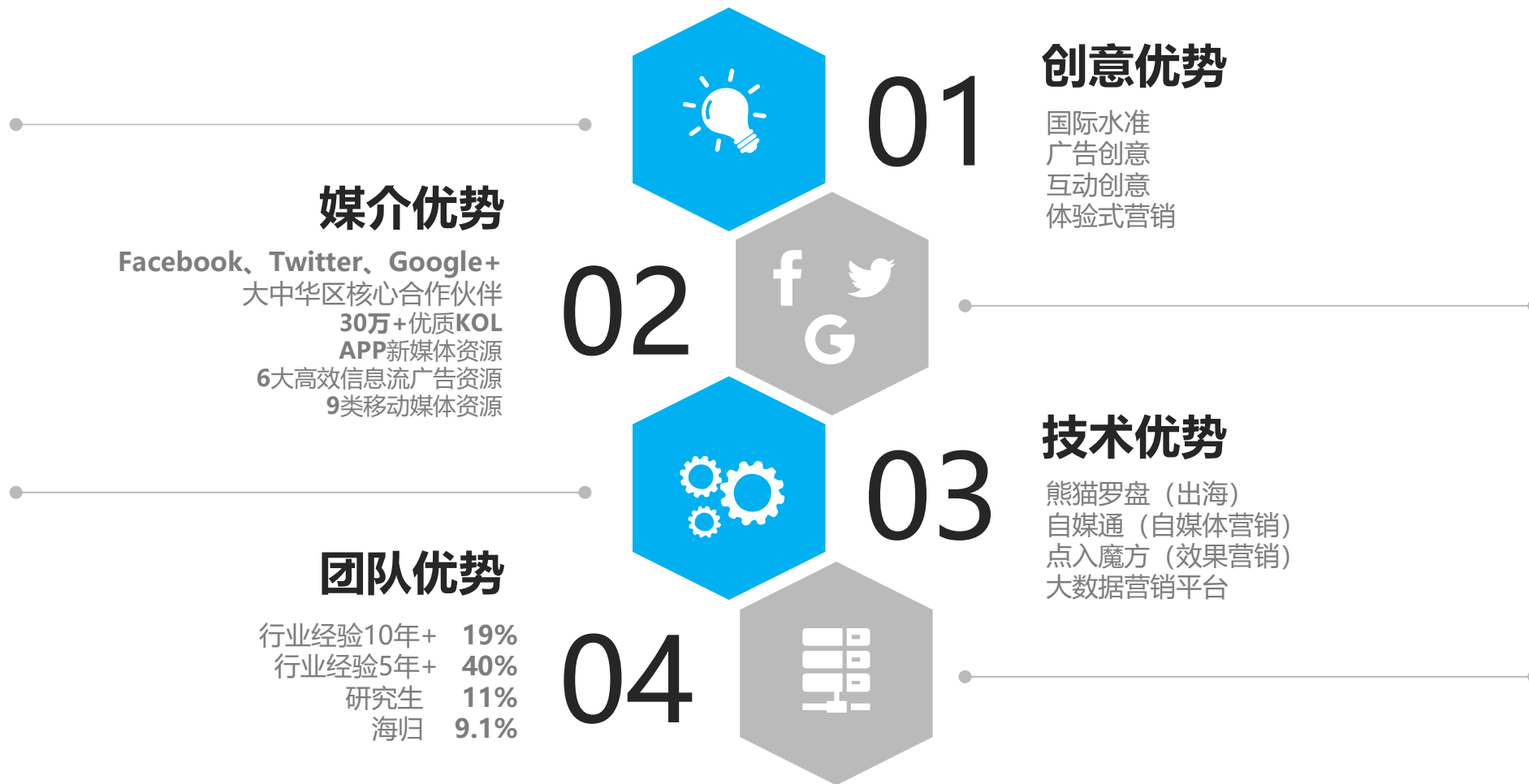
海外营销



久其数字营销4.0平台



核心优势



久其数字传播集团获得奖项



澳门广告节
中国最具影响力传播公司大奖



金投赏
商业创意奖代理组奖



金比特奖
最具影响力数字营销服务公司大奖



蒲公英之夜盛典
公司团队组年度创新公司类金奖



TMA移动营销大奖
久其营销AI平台
荣获年度最佳移动营销服务系统大奖



久其营销平台
最佳移动营销服务系统大奖



灵眸奖
十大综合实力营销平台奖项



中国国际广告节长城奖
广告主奖



IAI国际旅游奖
案例整合营销类优秀奖



金瑞营销奖
最佳整合营销案例奖

品牌合作

汽车 / 航空



互联网 / 电商



数码 / 科技



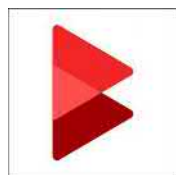
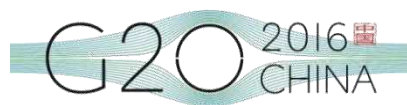
时尚 / 服装



快消 / 酒店



中国品牌出海客户



2019.8

JOIN 久其数字
DIGITAL GROUP
让传播更科学

感谢聆听



久其数字传播集团

CEO 邓晨