

MarTech  
Hacks!!!

withidink

“碚曦杯” 首届大学生  
MarTechHacks 2019  
营销科技黑客松大赛训练营



# 比赛流程

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销黑客松大赛





# 挑战说明

“碇曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

**Phase1** : MarTech 工具介绍及平台使用培训 4.13-14

**Phase2** : 各学校参赛队按照brief要求设定各自传播计划, 基于计划需要进行前期平台使用及技术对接 4.15-26

**Phase3** : 各学校参赛队在规定时间内按传播计划执行并实时追踪传播及转化效果 4.15-26

**Phase4** : Last 24 hours - 完成最终的品效冲刺并向评委展示营销方案及成果 4.27-28



# 奖项设置

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

MarTechHacks 2019优胜团队

五万元现金大奖

最具创意大奖

一万元现金大奖

最佳ROI效果大奖

一万元现金大奖



# 评分标准

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

MarTechHacks 2019优胜团队

**MarTech运用 30%**

**业绩转化 30%**

**营销创意 20%**

**团队合作 20%**

最具创意大奖

最佳ROI效果大奖

# 评分标准

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

## MarTech运用

30%

## 业绩转化

30%

## 营销创意

20%

## 团队合作

20%

- 使用大赛指定MarTech平台，如需要，可结合其他平台和技术
- 理解MarTech平台的产品，技术，逻辑和流程
- 合理运用MarTech平台进行数据收集，分析，品牌传播，产品介绍，消费人群触达，互动，影响，转化等市场营销活动
  
- $ROI = \text{销售业绩} / \text{投入营销费用}$
  
- 优化最佳方案，兼顾实效与品牌质感
- 围绕产品及品牌特性，制定营销方案
- 对消费人群有清晰的洞察，选择最适合的渠道与内容
  
- 所有团队成员的参与，分工明确，发挥个人专长
- 比赛过程沟通流畅，团队成员工作安排合理，相互支持
- 团队成员遵守比赛规则



4.13/14  
2019  
训练营

## Meet the MarTechs



## Meet the Brand



## Meeting Your Coaches

4.27-28  
比赛日



24 HOURS

Last 24 hours 最终冲刺

with Your Coaches

成果总结及展示

Prepare Your Presentation

**MarTech运用 30%**

**业绩转化 30%**

**营销创意 20%**

**团队合作 20%**



# 4.28 颁奖礼

经过6支团队的方案及营销结果呈现，  
评审团现场评选出**1支最终优胜**队伍及其他奖项

评审团：来自知名广告主、4A公司、品牌方





# 挑战目标

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

每个参赛队伍在设定时间周期内通过Martech营销传播手段  
扩大品牌知名度 带动电商产品销量

**品**：带动品牌知名度  
如何做出价值感，实现品牌溢价

**效**：销量导流  
如何用硬性+软性广告快速提升产品认知，并激发首次消费尝试



# From 传统营销到 MarTech

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

Before

定义目标群

曝光点击

数字营销

兜售创意

7成销量来源于传统渠道

Now

定位消费者

转化行为

体验营销

内容动销

7成销量来源于电商和社交电商



# MarTech营销闭环

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛






# MarTech应用模块 – 策略创意

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

通过AI和程序化技术以用户愿意参与的互动体验式研究方法,在消费者真实的数字化生活场景中,快速获得可信的洞察和趋势



Social OIO! QUICK DECISION 快速洞察

通过内容数字化管理、渠道数字化管理以及客户数字化管理,赋能企业全渠道的数字化、社交化,打通企业增长营销之路



兔展



AI智能创意制作,创意降维至元素  
实现千人千面,提升创意效率  
多样化创意实时优化,全面提升数字ROI



Kuaizi

简单强大的ARVR互动营销创作工具  
支持线上线下多种场景使用  
灵活的营销插件提升销售转化与复购率



Ta Touch Virtual  
中国首个AR&VR技术营销数字营销平台



# MarTech应用模块 – 技术工具&渠道平台

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛





# Martech营销案例启发

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

# UNI QLO

“掌上旗舰店”打通了微信公众号粉丝、线下自有流量、商业流量和腾讯社交流量四大渠道。通过数据整合与分析，优衣库不仅能获取更加精细的用户画像，与顾客之间的关系也随之改变——从单向流量触达转向立体的“数字触点”。后期，借助数字化运营工具，优衣库可以对“数字触点”进行交互式管理，协同门店、网店、平台等线上线下全场景、全渠道，为消费者提供优质的商品和服务，并不断优化用户体验。

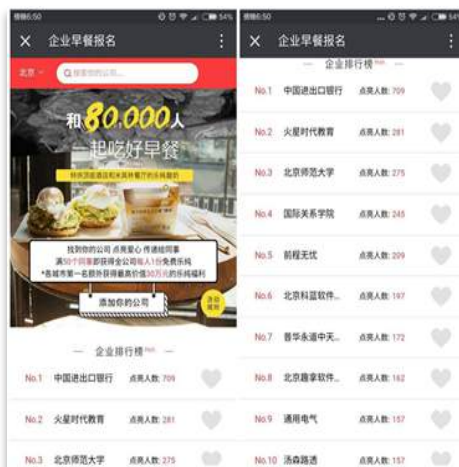




# Martech营销案例启发

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

乐纯  
lepur



Branding

基于受众分析  
延展品牌设计  
开发周边及代言

Communications

联动线上线下平台  
强化互动  
制作话题热点

Operation

基于种子用户  
从品牌定位  
和传播内容  
维系品牌与用户忠诚度



# myk+<sup>®</sup>

NORDIC  
PURITY





# 品牌背景



## 冰冰 myk+ 源自北欧

从研发, 生产到包装**全程在丹麦进行与完成**, 近60年历史生产基地, **全北欧最大生产设施**。2019年正式进入中国。



# 品牌背景

## 坚持温和、纯净、高效的配方 及严格的北欧标准



### 坚持北欧高标准 无香无色，安全无毒的新选择

减少过敏原的累积，不要让宝宝的健康输在起点  
丹麦哮喘过敏防治协会(Asthma-AllergyDenmark)推荐产品，  
全系列不含香精与色素，不含已知致敏物质，  
经常使用可以减少过敏原在体内的累积，降低过敏风险。过敏原的累积是  
日积月累的，一旦过敏变异反应发生即不可逆转，保护免疫力还在发育的婴幼儿，  
别让宝宝的健康输在起点！

关爱家人，珍惜环境，源自北欧的纯净选择  
米沫myk+产品符合严格的欧盟和北欧安全标准，不含有害物质，适合全家使用。  
北欧生态环保协会印章认证品质的安全性，  
同时保证产品整个生产流程符合环境友好的要求。

来自大自然的滋润与养护  
米沫myk+洗护系列产品获得欧盟ECOCERT有机认证，  
以植物配方为基础，加入芦荟，橄榄油，牛油果树果脂等天然清洁滋养成分，  
给宝宝温和的天然养护



丹麦哮喘过敏防治协会



北欧生态环保协会印章



欧盟ECOCERT有机认证



# 产品介绍



## 涿涿 myk+ 家居生活系列



涿涿 myk+  
高效纯净洗碗精

500ml

轻松应对所有油脂和食物残留  
温柔保护双手不受刺激性化学物质损伤



涿涿 myk+  
温和纯净酵素洗衣液

980ml

在配方中添加酵素，轻松去除顽固污渍及体味



涿涿 myk+  
温和纯净厨房清洁剂

750ml

快速分解和去除灶台，油烟机和台面的顽固油渍  
日常使用安全无忧，不给厨房留下刺激性化学气味



涿涿 myk+  
温和纯净多功能洗涤剂

980ml

多用途，高效，温和，可应用于多种家居清洁  
温和安全的配方保证日常使用，尤其是易脏的高使用区域



涿涿 myk+  
温和纯净蔬果餐具洗净液

500ml

有效去除农药，以及处理农产品过程中带来的残余有害物

# 产品介绍



## 咪咪 myk+ NORDIC PURITY 婴幼儿洗护系列



咪咪 myk+  
温和纯净宝宝2合1洗发沐浴露

250ml



咪咪 myk+  
温和纯净宝宝润肤乳液

250ml



咪咪 myk+  
温和纯净宝宝洗手液

250ml



# 竞品参考-洗衣液及家清

产地：日本、美国、新西兰、德国

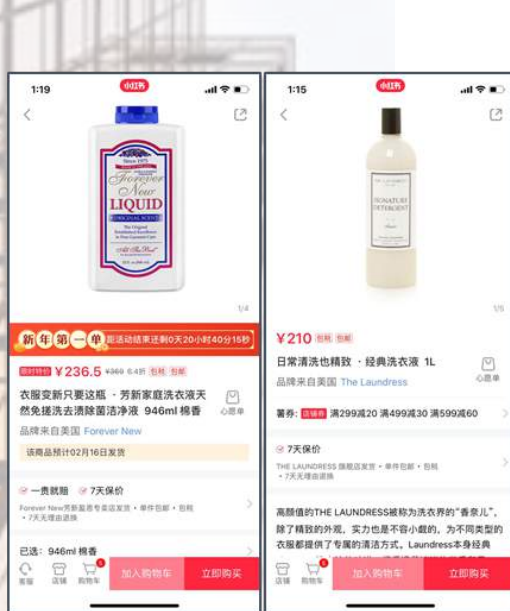
传播卖点总结

- 1、洗衣类产品细分明显，产品功能细分、SKU细分（材质、用途、细分场景、包装规格、使用体验）
- 2、专业高品质路线洗衣产品，产品功能进一步细分，突出专业感
- 3、主打酵素卖点知名品牌洗衣液有限（奥妙、花王、汉高）；另一部分进口洗衣液主打无荧光剂、天然（Ecostore）；婴儿洗衣液会增加低泡易洗、无香、低敏（甘尼克等）

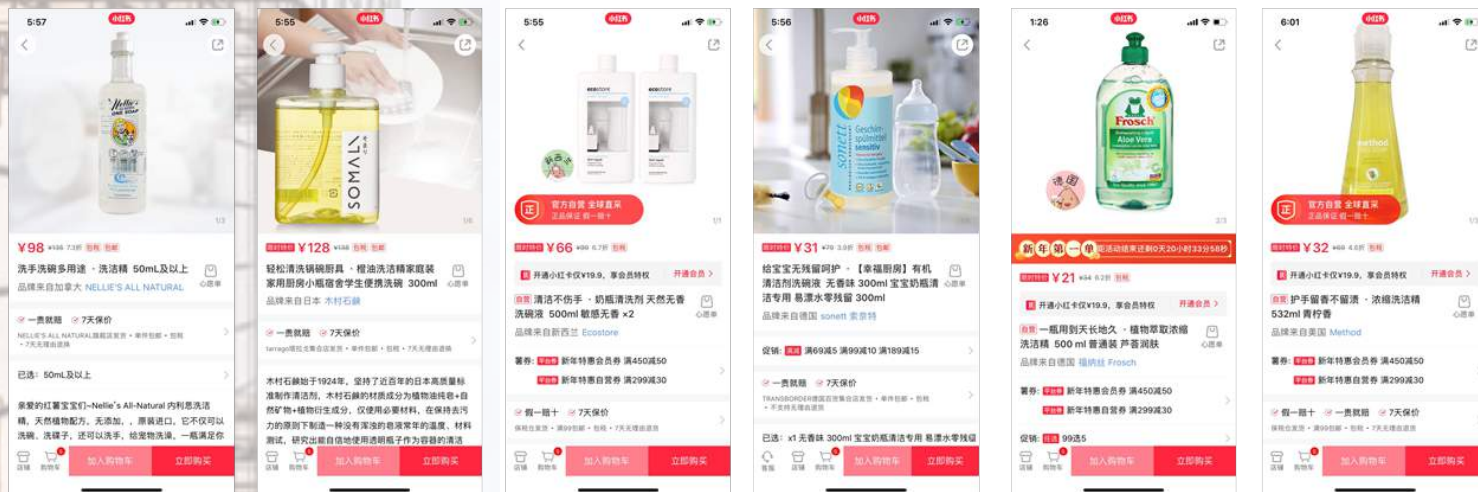
高度  
细分

专业

酵素  
普及  
率低

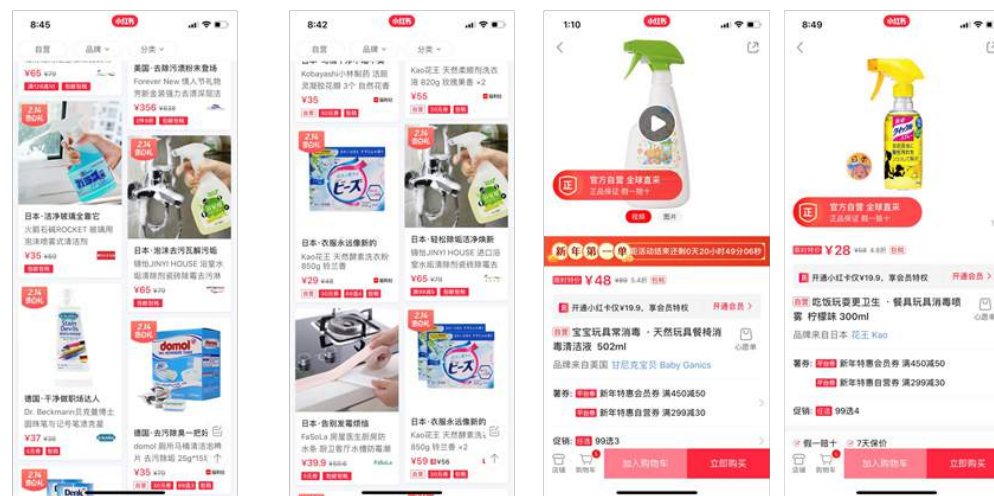


# 竞品参考-家清



大多宣称天然无残留不伤手，奶瓶清洁增加无香卖点  
 大多数洗碗精产品以性价比高、实惠为主打  
 高价产品主要以专业、历史悠久、颜值为卖点，使用场景细分

清洁产品场景、形态细分更加严重  
 母婴相关产品主要是玩具清洁，但以消毒为卖点





# 竞品参考-宝宝洗护

产地：日本、美国、法国

卖点总结：

- 1、使用方法及场景相对一致、细分不明显
- 2、均包含温和不刺激、拯救湿疹苹果脸、明星同款
- 3、增加特有成分强化差异卖点（各种花卉、黄瓜、燕麦等等）

相对  
同质

场景  
单一

价格  
敏感度相对低



# 可使用的品牌支持- 创意视觉





# 可使用的品牌支持-同期线上Campaign

工厂寻访

生活体验

“丹麦溯源·北欧纯净”  
3月15-5月底

品牌体验官与粉丝用户，  
共同感受myk+倡导的纯净  
北欧生活

探访myk+生产工厂，  
亲见纯净的产品成分和严  
格的北欧标准

与当地厨艺、设计、育儿  
达人交流分享，深入了解  
北欧生活方式与理念

微信畅儿妈妈-  
阅读10万+，微  
信涨粉3000+

微博母婴大号 -  
点赞1.6万

Allen-  
微博涨粉300+  
天猫支付件数353件 (截止4月1)



【丹麦游拟定合作KOL】



# 行销渠道

## BV店铺



## 天猫旗舰店



## 京东旗舰店



## 高端超市及母婴店





# 如何“使用”你的导师

“碚曦杯”首届大学生MarTechHacks 2019营销科技黑客松大赛

**启用时间：4月13日10:00至28日10:00结束**

导师将全程参加学生13/14日的培训及27-28日24小时黑客松的封闭式比赛。

**导师模式：触发式**

Passive

Baseline

4.28  
颁奖礼

WORK HARD,  
PLAY HARD.



# Award & Party