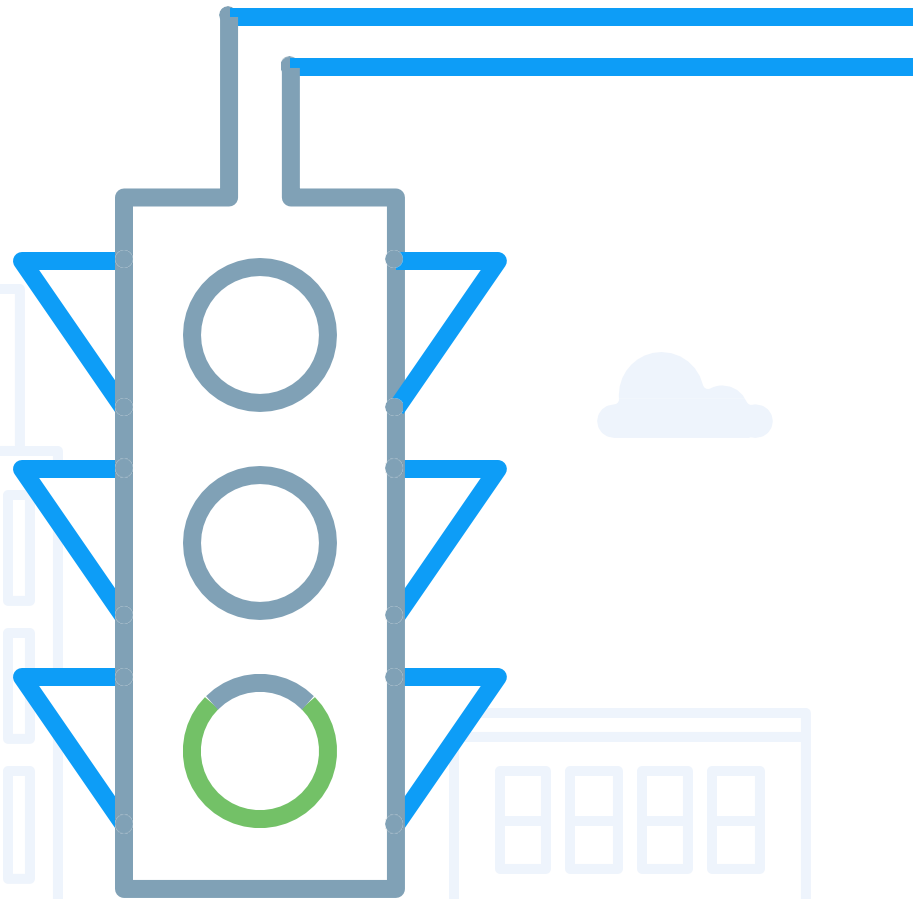


受众过滤

Audience Suppression

非目标客户与目标客户同样重要

品牌通常会在某个特定的营销活动中不想要针对一部分受众人群，例如不向那些刚刚购买过产品的顾客发送同个产品的广告；不向现有会员发送新会员入会奖励；不向邮件订阅者发送他们不感兴趣或是不相关的产品促销信息，等等。这样做在提高预算效率的同时，会带来更佳的用户体验。那么，要如何实现有效的受众过滤？



想象一下，你在商场买了一双新上市的靴子，但第二天逛商场时，依旧是那位导购来试图向你推销昨天已购买的靴子。



然而类似的情况却常常
发生在网络消费者身上。



消费者会收到关于他们已经购买过的东西或
是已经预订过的旅行的广告；

会员忠诚项目中针对于不同层级的优惠信息会
发给全部会员；

向现有会员展示新会员注册福利.....


作为一个消费者，你可能对于这些并不精准的广告信息屡见不鲜，但是作为一个市场营销人员，其实可以做得更好一些，然而太多的品牌只做到了基础.....



It's not just

bad practice

It's bad for business.



广告支出质量 (QoAS) 是 一项越来越重要的营销指标。

失败的线上广告不仅仅浪费预算，更会让消费者产生困惑，带来不佳的消费体验，甚至损害品牌形象和可信度。

当各营销人员都热衷于优化内容以创建个性化的消费者体验时，有一条重要规则往往被抛之脑后，那就是：**那些未被展示的信息同展示的一样重要。**



受众过滤对营销人员来说 并非新鲜事物。

这是从广告受众中移除某些客户细分的定位策略，只有合适的人才会看到广告内容。

但是有一个问题



problem

如果营销人员无法得知受众从线上到线下的完整旅程时，也就无法准确地进行受众过滤。

解决方案是需要将客户资料/CRM记录以及线下交易数据同所有线上触点的数据相连接。



这就需要

数据全域连接

它真正连通了线上到线下的数据，你可以轻松地将“不要被广告到”的受众组群分发到任何营销平台。

这样做之后，可以全面了解消费者与品牌的互动情况，消费者也获得更相关、更有价值的体验。根据 Forrester 研究，将线下数据与线上广告连接起来“可以减少浪费的媒体曝光，为现有客户带来更好的体验，让他们不必接触无关的信息和促销广告。”

品牌也将会从数据连接指导下的受众过滤策略中收获回报。

他们将能够：

- 在广告支出质量 (QoAS) 优化后，获得新顾客的成本将会降低多达65%。
- 不对不太可能响应的受众展示广告，从而提高转化率。

65%





如果你正在打算执行有效的受众过滤，点击了解有关全域数据连接的更多信息。

【关于链睿】

链睿 (LiveRamp) 是全球领先的数据生态系统连接平台，帮助品牌与合作伙伴提供创新产品和独特体验。链睿独创IdentityLink™ 紧密连接线上与线下世界中的人，数据和设备，为全渠道营销提供平动力，使消费者能够在高标准的安全合规环境下与他们喜爱的品牌和产品建立联系。

有关更多信息，请访问
<https://liveramp.com.cn/>

