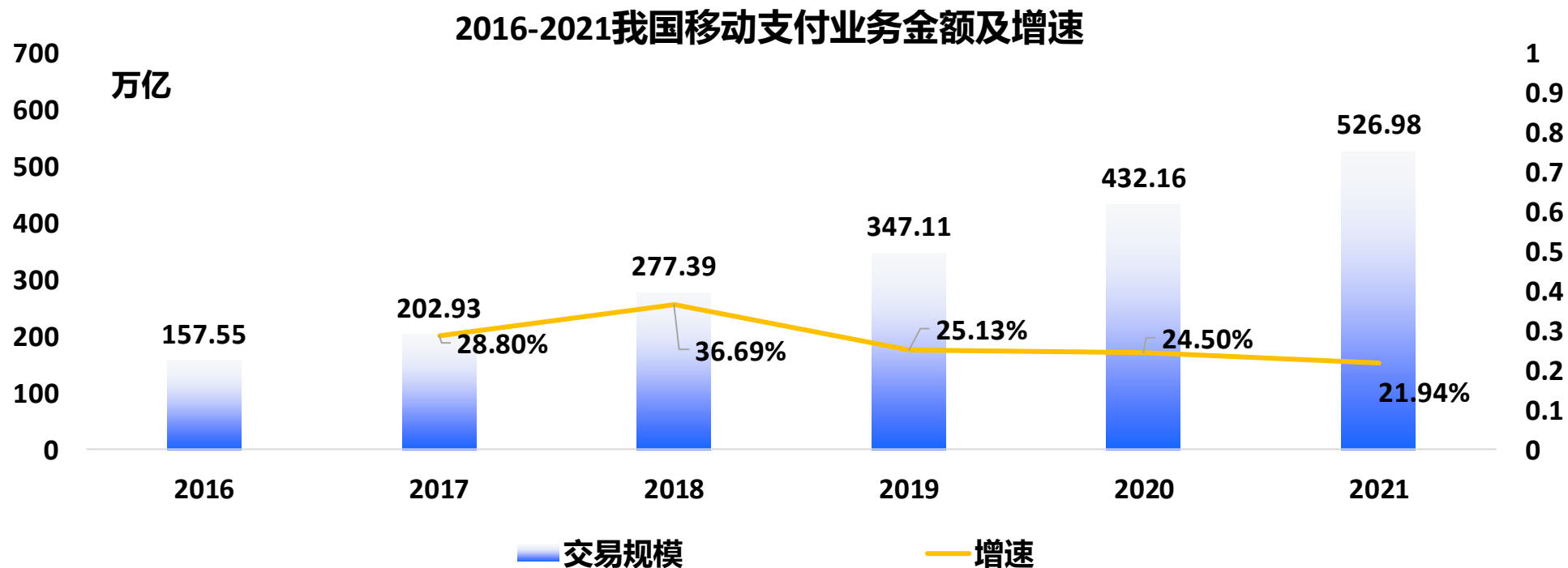


多元场景，沉浸创意 撬动移动支付“新”人群

- ◆ 品牌名称：支付宝
- ◆ 所属行业：金融
- ◆ 执行时间：2021.06.13-2022.08.29
- ◆ 参选类别：金融类

移动支付高速发展-行业发展潜力大



移动支付保持稳步增长趋势，随着业务场景拓展，移动支付在产业互联网时代成为不可或缺的力量。

支付宝立足于支付核心，需要继续拓展用户群

APP	支付宝	微信支付	云闪付
产品定位	支付+金融+社交	支付+金融+社交	支付+金融
产品需求	<ul style="list-style-type: none"> (1) 支付, 转账, 收款, 账单查询; (2) 各类生活应用与服务 (3) 理财功能 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 支付, 转账, 收款, 发红包; (2) 多种应用服务如生活服务 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 安全便捷的支付, 转账; (2) 支付优惠, 多种应用场景如生活缴费等; (3) 获得收益如理财功能等
产品优势	<ul style="list-style-type: none"> (1) 推出时间早, 更新与迭代时间长, 各方面性能稳定 (2) 依托淘宝和天猫这种历史最久, 影响力最大的老牌电商平台, 用户基础好 (3) 支付方式众多, 且不断推陈出新 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 依托微信, 有庞大的用户量和粘度。推出了微信红包, 利用有吸引力的双向社交需求, 带动用户资金的自动流和分流, 有效将用户的钱引入了微信支付模块, 并且培养出了用户的使用习惯。 (2) 吸引海量商家入驻, 通过商家进一步扩大微信支付的影响力和用户粘度。 (3) 界面简单, 符合用户使用习惯, 吸引用户将其作为首要的支付方式 	<ul style="list-style-type: none"> (1) 无需借助二维码支付, 提高了安全性 (2) 无需联网, 提升用户体验, 扩大移动支付的地域范围。 (3) 依托银联, 背景雄厚, 产品可信度高

支付宝虽然作为目前移动支付的行业龙头，但是行业竞争激烈，仍然需要进一步拓展新用户

● 背景和初衷

- 支付行业，增长趋势非常明显，有拓量空间
- 竞品虎视眈眈，抢占高质量用户要加大力度
- 投放痛点，高龄人群占比大，人群质量差

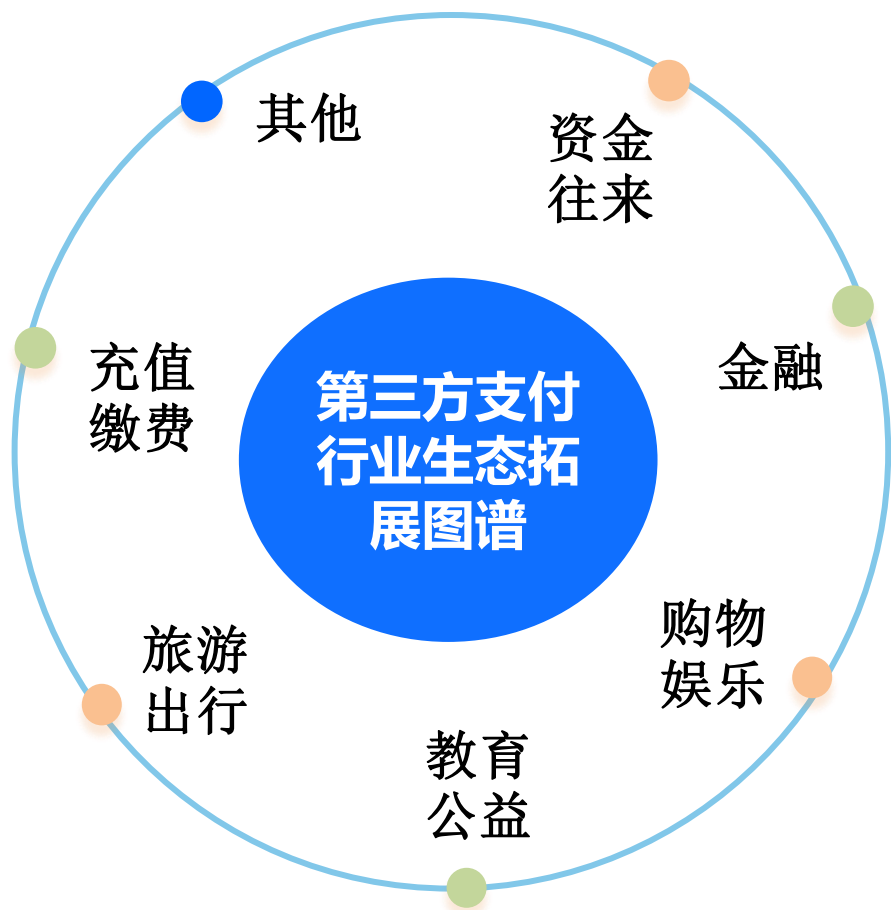
● 挑战和困境

- 聚焦支付核心，挖掘支付场景
- 多维测试场景，素材贴合生活
- 精准拆解人群，调整人群
- 利用站内活动提效

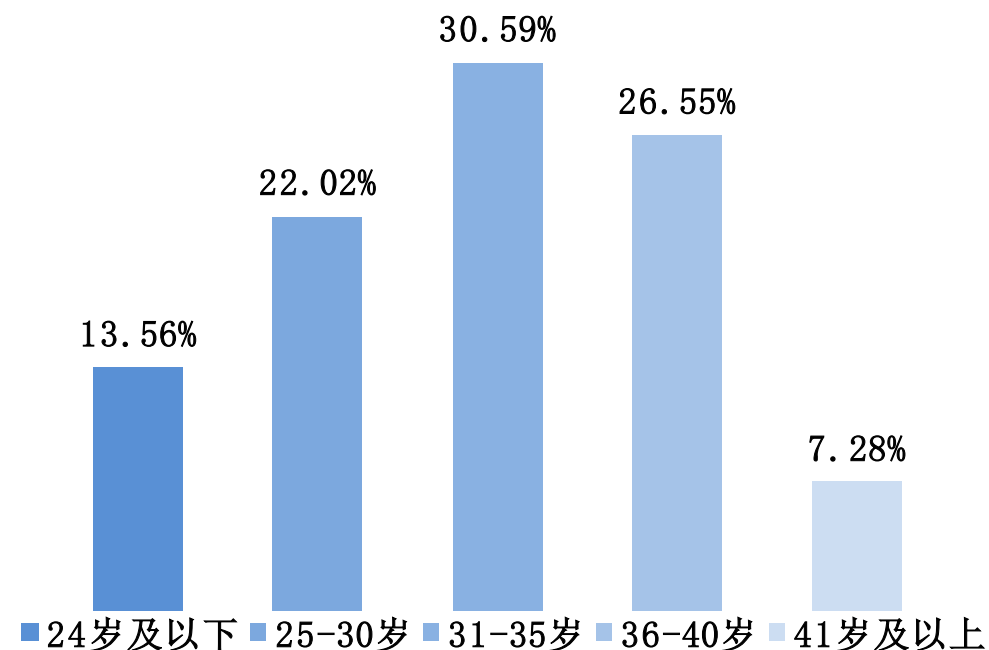
● 目 标

- 高质量用户占比提升232%
- 量级增长580%
- 注册成本下降16%

第三方支付人群集中于年轻化人群，依托于多场景使用，支付宝可通过多样性生活支付场景推广覆盖，拓展目标人群



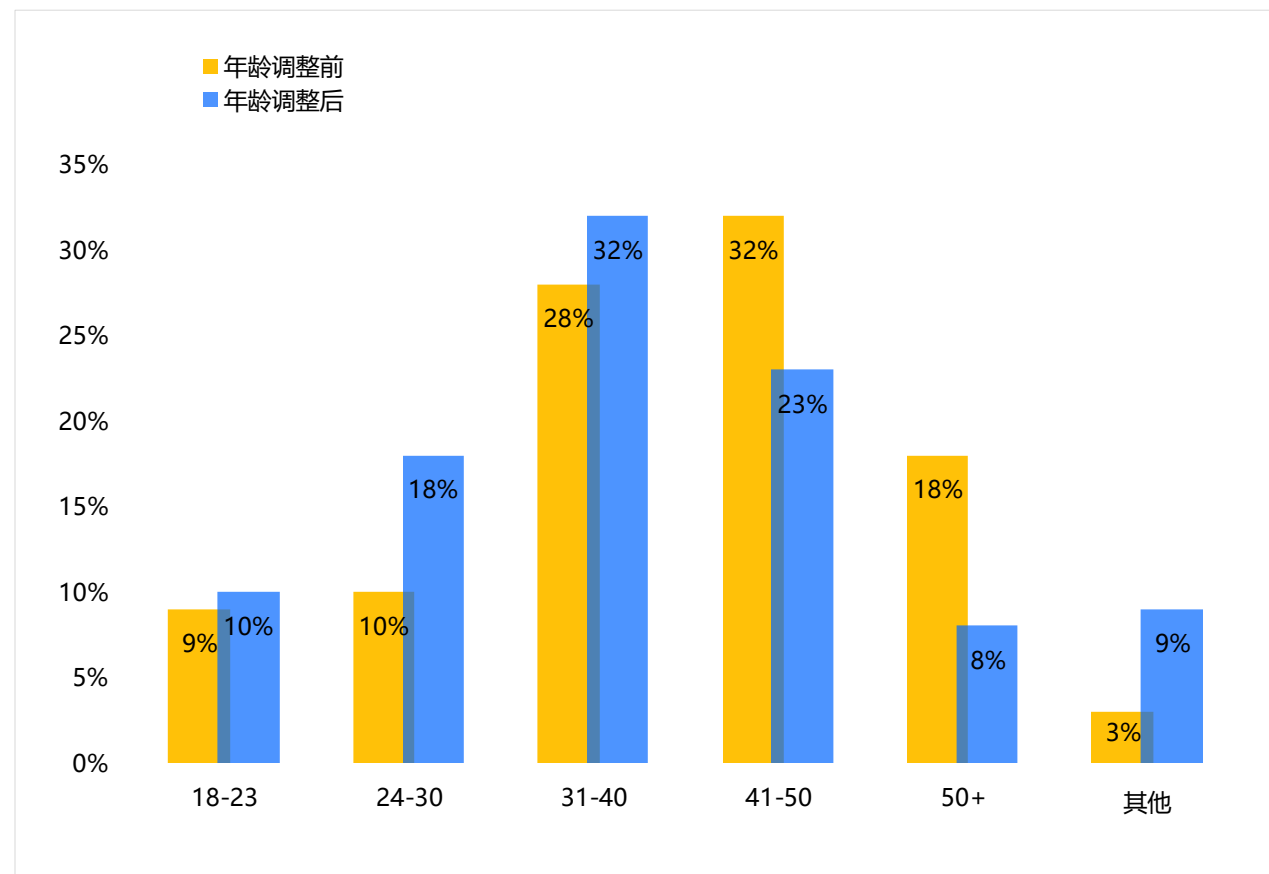
第三方支付人群年龄占比



精细拆解人群，精准解决痛点

◆ 40+人群占比下降19%，50+人群占比下降10%，实现人群年轻化目标

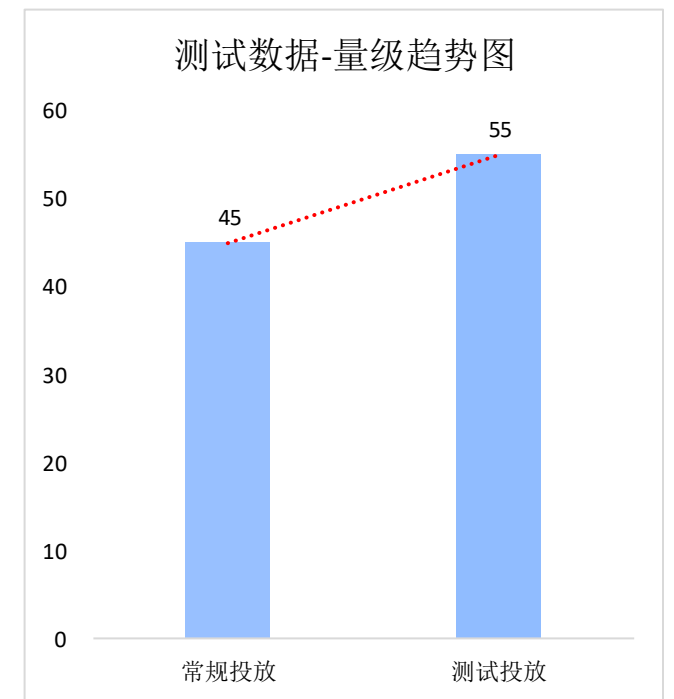
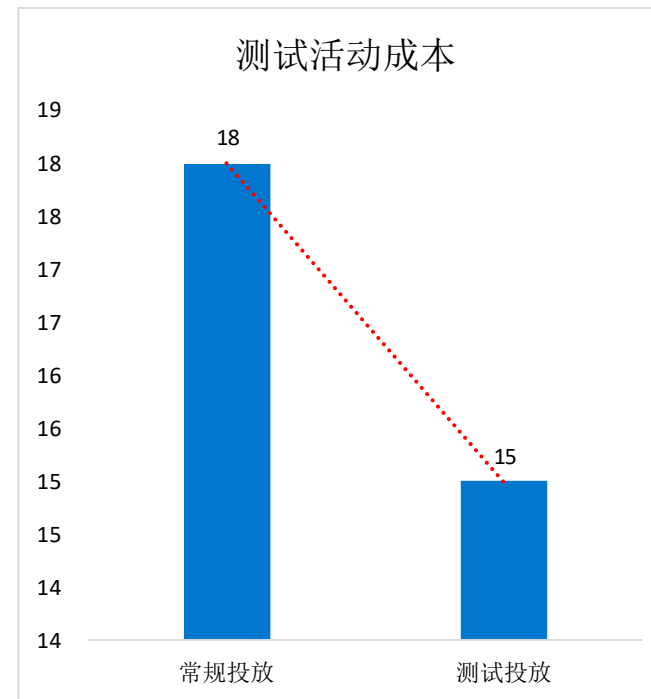
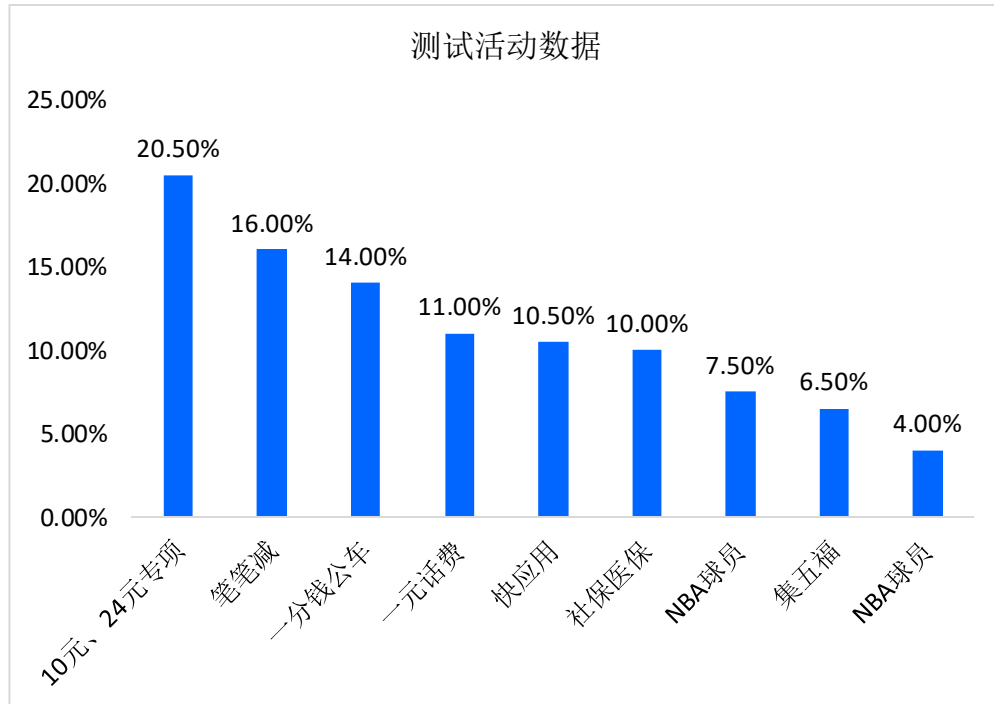
- 以降低老龄化人群为目标，账户定向投放40-/50-人群；使用RTA进行人群限制，降低整体40+/50+人群占比；
- 视频素材上灵活使用青少年与中年人形象进行拍摄，文案贴合实时热点与生活场景制作，精准俘获高质量目标人群；
- 图文素材选取生活出行/生活缴费/生活支付等目标场景进行素材制作投放，实现生活全场景覆盖；



时间维度：2022年1月-2022年6月 渠道：今日头条

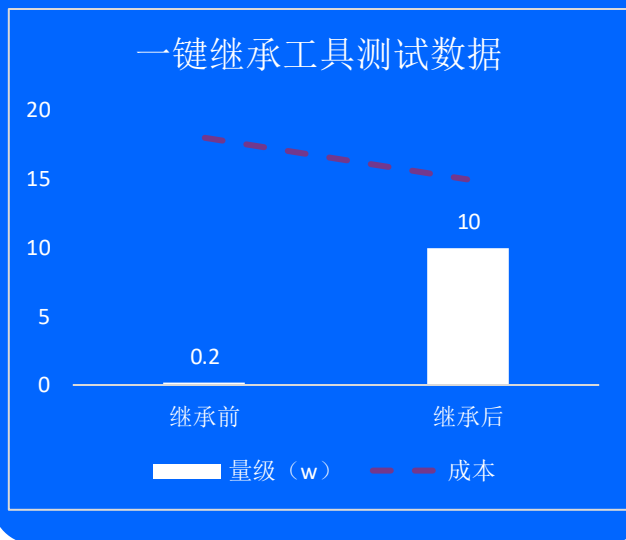
策划站内活动营销，助力用户增长

- 依托多元化生活场景，深度挖掘站内活动，制作活动素材提升量级，降低用户成本
- 测试活动素材成本对比常规活动下降**16%**，短期活动量级增长明显，后期可继续挖掘拓展；



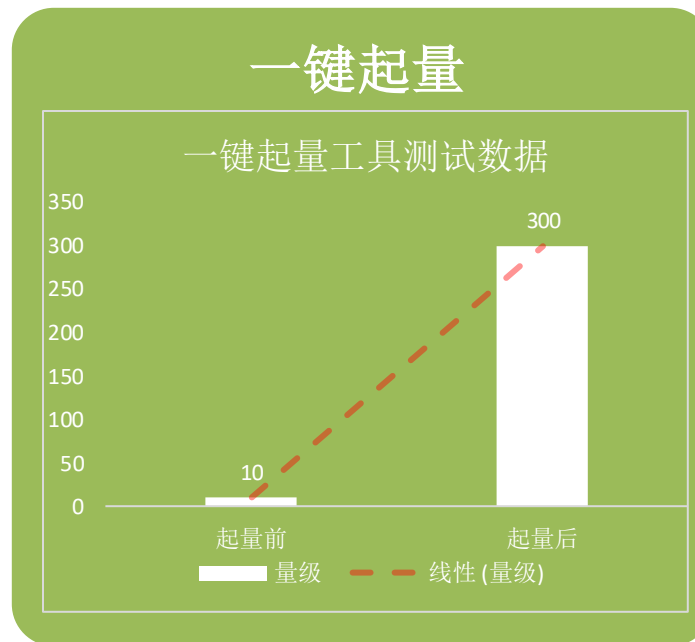
结合媒体工具，探索模型助力提量

一键继承



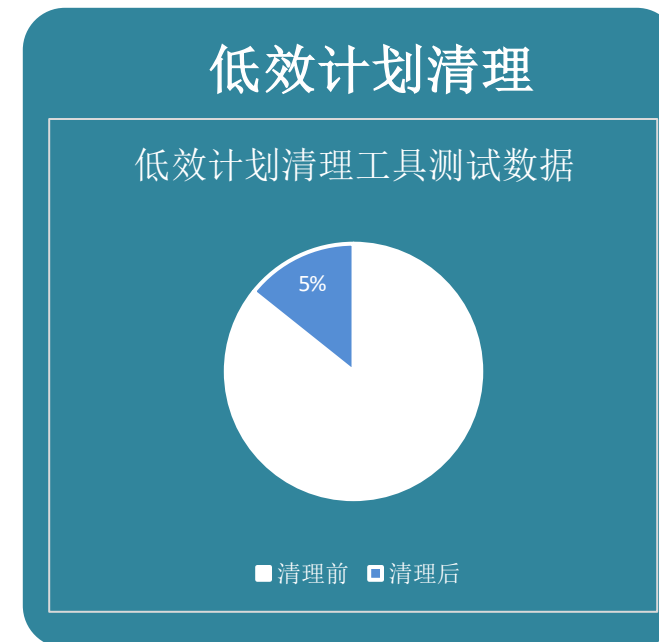
针对已衰退的账户，搭建新账户时使用一键继承沿用已衰退跑量账户的优质模型，降低新计划学习成本，提升新账户跑量能力，新账户量级**增长100%**；

一键起量



针对账户内成本低，但拿量困难的计划，使用媒体工具一键起量功能，提升计划拿量速度，快速度过学习期提量，计划量级**增长800%**

低效计划清理



结合媒体工具清理助手，一键清理账户内低质，学习期失败计划，保持账户良好跑量模型，优于账户拿量；

挖掘生活化场景，找准素材方向

场景	占比	细分
出行	30%	公交码、地铁乘车码、出行打车、折扣加油、火车票、机票、旅行等
缴费	25%	话费充值、生活电费/水费/燃气费/网费缴纳、违章查询缴费、停车缴费等
支付	15%	线上消费券、线下支付随机立减、收款码等
餐饮	15%	口碑团购、周边美食、外卖
市政	10%	社保、医保、健康码、五险、养老金
红包	5%	新人红包、支付随机立减、现金提现

精准触达高质量人群

580%

保持数据增长趋势，
2022年量级对比2021年
增长580%

16%

注册成本保持下降趋势，
环比下降16%

232%

高质量用户占比从
28%提升至65%，提升
232%

142%

素材配合精准提效，CTR
从4.5%提升至6.42%，提
升142%