

# 聯合利華超越廣告活動 目標並領先業界指標， 觸及全新高價值受眾

## 客戶成功案例

客戶

LUX phd

合作夥伴

wootag

方法

OTT 影音、Wootag 互動影音平台、  
第三方數據



## 成效

**84%** 影片完整觀看率，  
高於原定目標70%

**75%** 受眾總觸及率，  
超越原先目標20%

**2倍** 點閱率，領先業界表現

### 瞄準全新高價值的受眾群體

全球消費品龍頭聯合利華致力提高 LUX 麗仕美髮新品在台灣的知名度，期望吸引全新的高價值受眾——尤其是 LUX 麗仕鎖定的客群：繁忙、熱愛運動的女性。因此，聯合利華及其媒體代理商 PHD 將健身房常客和有運動習慣的女性設為理想的目標客群，並與 The Trade Desk 合作以觸及全新客群。

### 優質影音廣告資源盡在 THE TRADE DESK

聯合利華發現以往僅利用影片分享平台投放廣告已遇到了觸及瓶頸，因此，他們想要嘗試新的廣告渠道，以更有效地拓展廣告觸及。聯合利華與 PHD 決定使用 The Trade Desk 來觸及在不同平台上觀看影音內容的受眾。透過 The Trade Desk 的優質影音平台，他們可以輕鬆購買多家優質 OTT (over-the-top) 影音串流平台和影音廣告資源並加以集中管理。

更重要的是，PHD 利用 The Trade Desk 平台的廣告觸及和頻率控制工具，避免 LUX 麗仕廣告過度重複播放。如此一來，他們不僅可以讓消費者有更好的廣告觀看體驗，更有助於提高廣告活動效率。

PHD 還利用 The Trade Desk 的人工智慧引擎 Koa™ 的强大功能，進行自動優化及推薦，均有助於即時提高聯合利華的廣告活動成效。

### 利用第三方數據提升廣告投放成效

The Trade Desk 與全球知名數據供應商合作，提供大量優質的第三方數據以助力廣告投放。PHD 因此可以利用消費、電子商務和行為等相關數據，投放廣告給25至44歲的台灣女性。同時，廣告還可以進一步鎖定曾經瀏覽或購買護髮和美容產品以及曾經瀏覽相關內容的女性。

此外，聯合利華也擴大觸及新的高價值受眾，如網路上瀏覽運動和體育相關內容以及競品的人，他們也利用位置數據觸及健身房附近的女性。

PHD 在 The Trade Desk 的平台上利用數個資料來源，提高聯合利華廣告活動的精準度和觸及率，使其策略相較過往運用影片分享平台時更具成效。

### 透過 WOOTAG 互動式影音廣告提高受眾參與

為了增加與這些受眾的互動，聯合利華利用 The Trade Desk 與互動式影音和洞察力平台 Wootag 的合作夥伴關係，以深具高度影響力的互動式影音廣告來精準鎖定合適的受眾。

值得注意的是，透過 The Trade Desk，聯合利華得以首次使用 Wootag 強大的互動影音格式 SeekBar，SeekBar 的沉浸式影音體驗帶來了更多促進目標受眾參與及轉換的機會。

### 為未來的廣告活動建立成功的基石

透過與 The Trade Desk 的合作，聯合利華順利提高 LUX 麗仕的品牌及產品知名度，平台受眾總觸及率高達75%，比原本預定目標高出20%；影音廣告完整觀看率 (view-through rate, VTR) 則高達84%，比預定目標高出14個百分點。

SeekBar 的廣告成效也表現亮眼，點閱率 (click-through rate, CTR) 達1.02%，明顯領先業界指標 (0.6%)。

同樣重要的是，聯合利華如今可鎖定以往無法觸及的高價值受眾。例如，他們發現曾在網路上瀏覽運動相關內容與競品的女性，對廣告反應特別好。聯合利華也從詳細的廣告活動報告中發現 OTT 串流服務平台 LINE TV 提供了最佳成效。

聯合利華和 PHD 如今可利用這些知識與經驗，在未來打造出更成功的行銷活動。