



PUBLICIS  
MEDIA

# 归真化简，归心体验

## 2024 618 洞察报告

Publicis Omni-Performance  
2024.6

# 概览:

Executive summary

## 环境趋势

- 品效求衡, 全域投建, 科技增能
- 用户追求精神消费, 展现理性购买

## 玩法之变

- 平台节奏简化, 回归低价
- 加大扶持, 扩大中小商家生态
- 消费政策向用户倾斜

## 解决方案

- 阳狮观点**
- 促提效、求增长、造体验

- 强类目 | 宠物、洗护、粮油
- 一体化 | 服务、价格、产品

- 平台强化引流力与全盘操控性
- AI 辅助工具多维度进化
- 平台间破壁建联, 强强联手

- 阳狮策略**
- 数、创、投、营整合解决

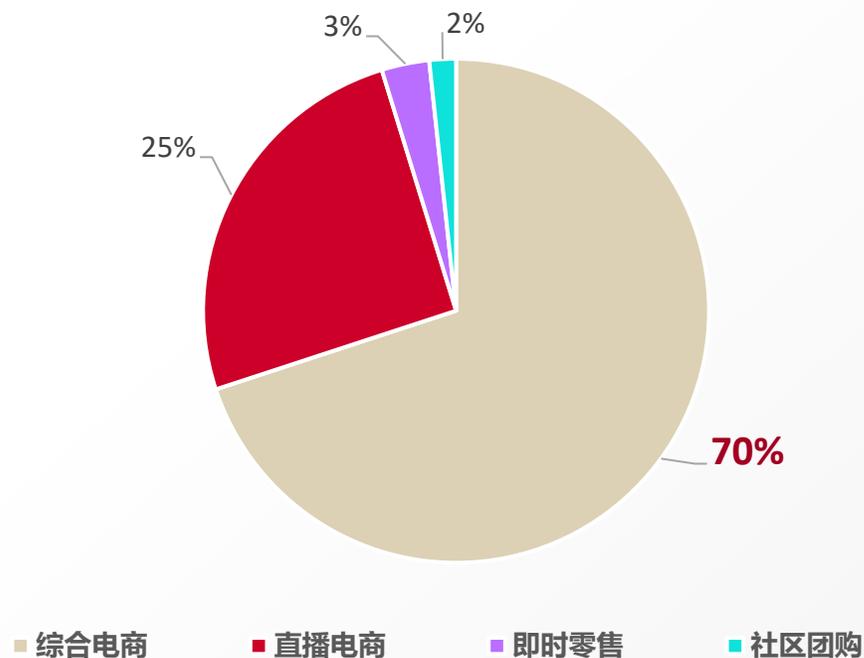
- 国货白牌兴起
- “它”经济升温

- 智能引领, 格局重塑
- 全面协同, 跨域突破

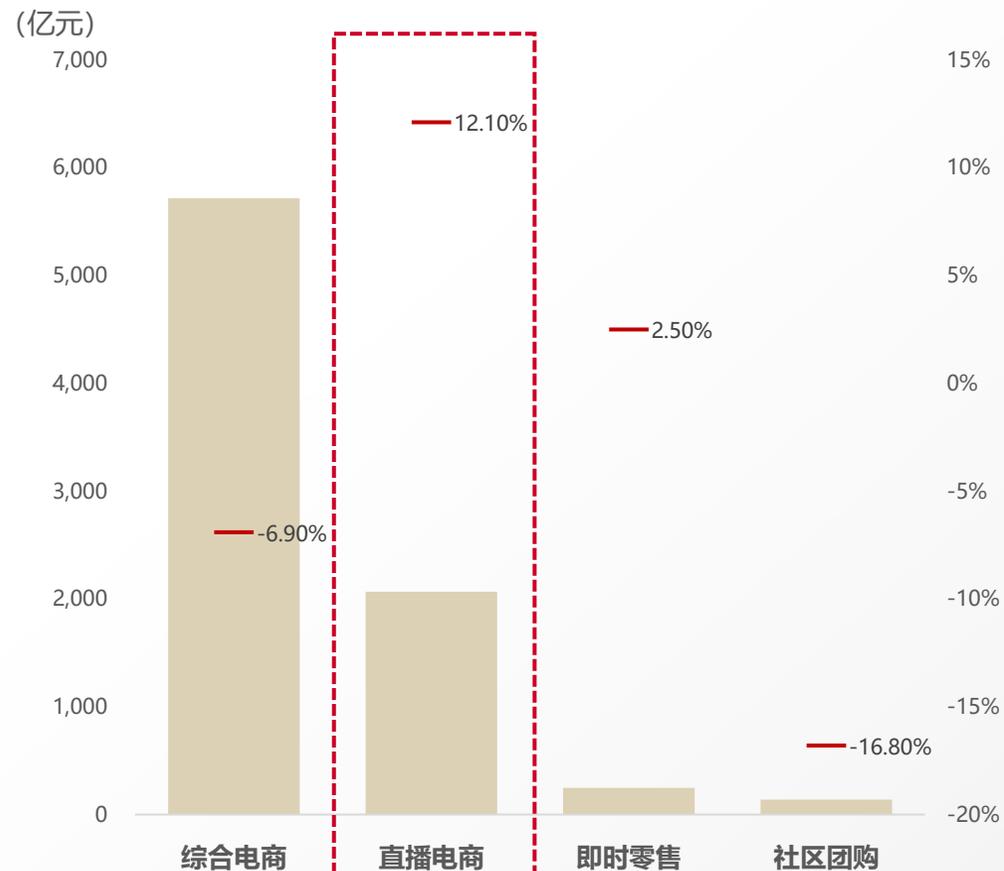
- 阳狮解法**
- 全域“种收”、直播引流、抖音达人营销、小红书电商闭环

# 2024-618 综合电商仍为助力贡献，直播电商逆势增长

## 2024年618各平台销量占比



## 2024年618各类平台规模及增速



# 618主要平台最新战报

平台在展示指标的选择上，更侧重**差异化**和**平台特色**，今年天猫、京东和抖音均聚焦驱动**中小商家**的销售表现。

天猫

品牌爆发

## 天猫618 品牌爆发主阵地

- 品牌生意爆发 -
- 核心消费人群优势扩大 -
- 好货好价好服务带来新增长 -
- 中小商家订单大涨 - 淘宝直播持续爆发 -

365个品牌成交破亿

超36000个品牌成交翻倍

88VIP新增会员同比增长65%

淘宝百亿补贴成交同比增长超550%

190万淘宝中小商家成交额同比增长超100%

破亿直播间同比增长53%



齐创新高



超5亿用户下单

累计成交额过10亿的品牌83个

超15万个中小商家销售增长超50%

京东直播订单量同比超200%

京东X湖南卫视“京东618开心夜”

晚会互动量超397亿



爆品涌现



动销商品数同比增长50%

动销商家数同比增长35%

产业带中小动销商家数量日均150万个

销售额破百万的单品2.5万款

商城GMV同比增长85%

商城订单量同比增长94%

# 618主要平台最新战报

小红书**首次**卷入电商之战，重磅店铺，加速成长；拼多多今年**加码百亿补贴**，暂时公布大促首周的各类目销售数据。

小红书

店播增长



直播订单同比去年**5.4x**

开播直播间数量同比去年**4.3x**

直播间购买用户同比去年**5.2x**

店播订单量同比去年**9.4x**

商家累计开播场次同比去年**4.5x**

单场破百万买手数同比去年**3x**



品类齐发



百亿补贴大促首周商家数量增长**9成**以上

国货品牌、海淘和新品牌增长突出

手机类目销售达**300万台**

多个家电品牌销售**破10亿元**

超100个数码品牌订单量**翻倍**

美妆类目销量同比增长**超80%**

宠物品类销售同比增**超200%**

# 环境趋势

## 电商环境三大转变

01

为“精神”买单趋势凸显

02

环境之势

需求之变

03

618 — 用户关注服务，聚焦综合体验

04

618 — 用户消费方向追求品质与健康

05

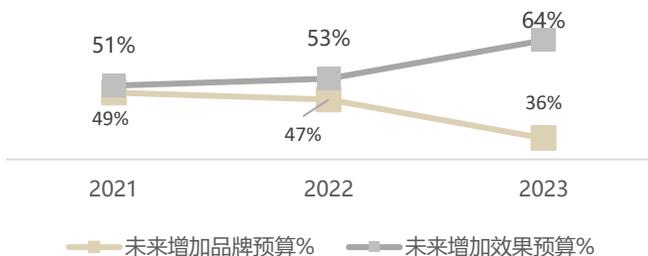
618 — “智”养自己“富”养宠

# 电商营销呈现三大转变，创新驱动趋势涌现

## 寻求品效平衡

当下，在品牌广告十分重要的同时，也有很大比重（76%）的广告主认为预算应该放到能看到效果的投放上。

未来广告预算中，品牌宣传与效果投放比例的变化



思想上品牌优先，行动上品效协同

## 构建全域生态

营销从“广告购买”转向“全域投资”，预算流向社媒、电商/直播和私域等多元化渠道。



TOP 创新营销形式	2023年 已在使用%
直播营销	75%
自有流量池	69%
私域流量运营	63%
社群营销	45%

消费链路趋向多元化，全域媒介制定核心抓

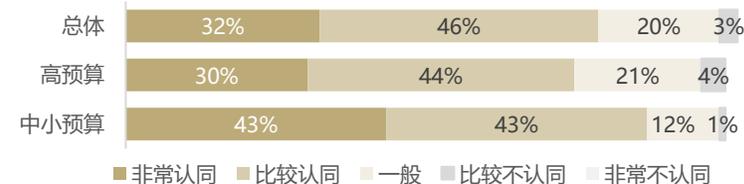
## 看涨AI战术

AI营销是“未来预期”最高的形式，近八成广告主会因AI能力增加媒体预算。

### AI营销应用预期



### AI能否未媒体带来更多预算



全员积极应用AI工具，从内容生产切入业务场景

# 消费者心理需求进一步细分，“精细”、“精神”消费趋势凸显

## 1. 精打细算 回归价值本身

- 64% 阅读产品评论/评分
- 62% 对价格充分调查比较
- 56% 只买需要和必要的商品

"爱优腾芒"短期会员  
9.9奶茶  
平替超越大牌  
实用主义 二手商品  
穷鬼套餐  
体面节俭 精致抠

## 2. 精神悦己 追求内心舒适度

- 64% 看重精神消费
- 49% 每周需独处时间放松
- 45% 购买过彩票刮刮乐

氛围感好物  
多宠家庭 松弛感  
撸猫 躺平  
情绪传递  
i人与e人 烧香拜佛  
活在当下

## 3. 精修守心 寻找向外探索体验

- 65% 外出次数增加
- 64% 出门走向大自然解压
- 55% 尝试过city walk

健康需求 精神需求  
放慢节奏 低成本社交  
体验深化  
舒展 治愈/疗愈  
短暂逃离 户外运动

## 4. 精益求精 注重生活程序的精致化

- 76% 分场景选生活用纸
- 71% 分人群选日化用品
- 62% 分类别选择洗衣机

砧板消毒机  
药膳火锅 湿厕纸  
婴童肠胃养护  
内衣专用洗液  
轻盐 玻璃清洁剂  
走步机

## 5. 精养护己 创造健康消费新范式

- 94% 尝试过养生食品
- 88% 会查看配料表
- 50% 对零食化保健品补充基础营养有诉求

头部按摩器  
艾灸盒 食材零食化  
新中式养生  
热量 营养成分  
0糖0卡0脂肪0添加  
睡好觉

# “618” 消费者决策多元，回归用户、优化**综合体验**成必然之势

## 618 消费者“购物体验” Top 3 关注维度

64%

服务力、服务产品多、服务贴心、  
客服及物流响应快、服务好

49%

价格力、给力的价格和促销力度

38%

产品力、丰富的产品、品牌多、  
产品多、新品多

### 1. “服务力”

50%

体验第一，不想因为绝对低价放弃对服务和品质的要求

42%

服务好，就是服务产品多。比如，大件商品上门安装退换、手机碎屏险、纸尿裤红屁屁险等

### 2. “价格力”

49%

属于理性消费，价格再低，不需要的不买

38%

我可以买贵的，不能买贵了

### 3. “产品力”

51%

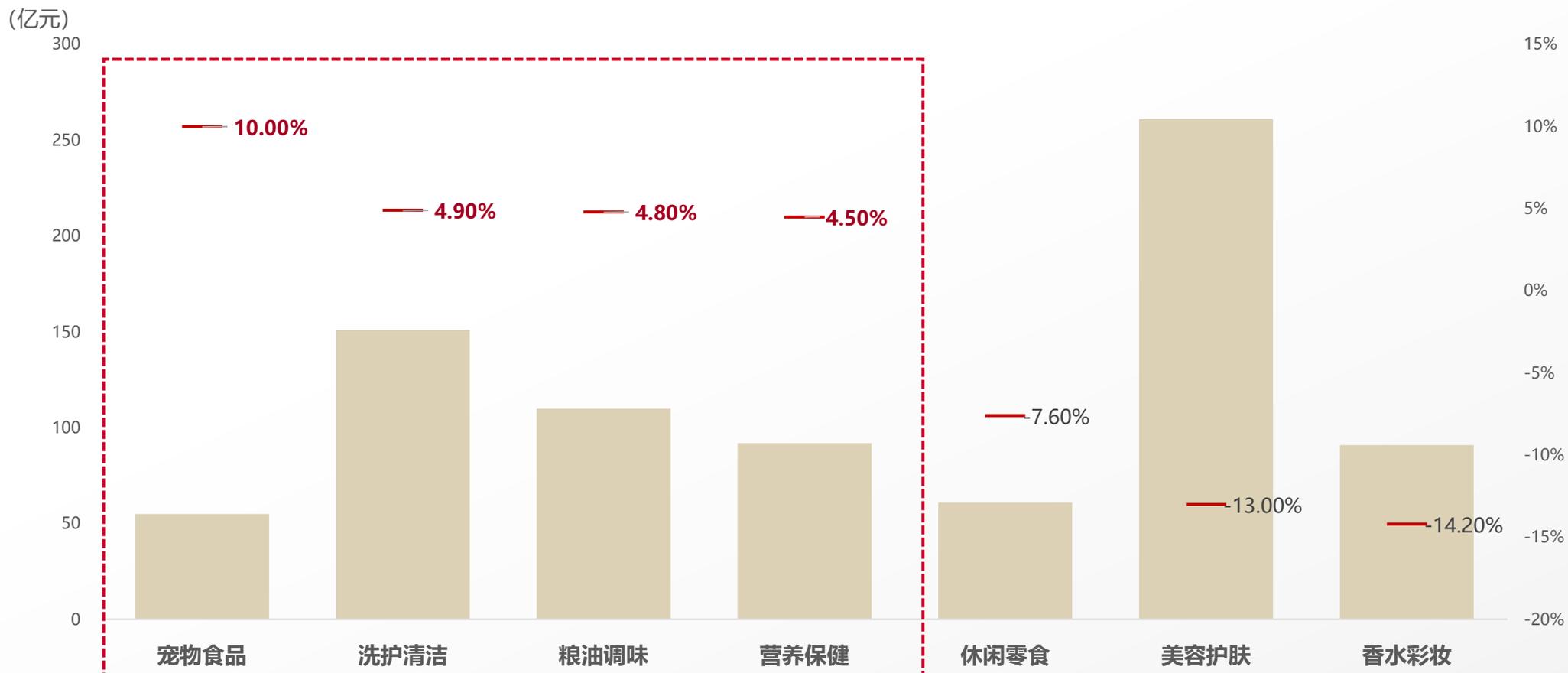
产品够丰富，有不同价格带和质量的产品供选择

50%

性价比好，有专人把关筛选，在不同价格带上提供性价比好物

# “618” 基础生活品质与健康保养类需求增长

## 2024年618热门关注重点类目规模及增速



# “618”消费智能化促国货、新锐、白牌兴起；宠物赛道为爱买单，持续升温

## 从品牌选择看“实用主义”消费风向

### • 国货护肤彩妆赶超国际大牌：

618期间（5月20日-6月18日），护肤类目天猫TOP1为珀莱雅，抖音Top1为韩束；彩妆类目天猫TOP1为彩棠，抖音Top1为花西子，TOP3为新上榜方里。

**天猫 618天猫护肤类目品牌榜**

看类次数据 用青眼情报

排名	品牌	销售额 (亿元)	同比
1	珀莱雅	10.14	30.7%
2	欧莱雅	8.72	-10.8%
3	兰蔻	7.48	3.9%

**抖音 618抖音美容护肤类目品牌榜**

看类次数据 用青眼情报

排序	品牌	GMV (元)	同比
1	韩束	1亿+	上升7名
2	珀莱雅	1亿+	上升5名
3	赫莲娜	1亿+	下降2名

**天猫 618天猫彩妆类目品牌榜**

看类次数据 用青眼情报

排名	品牌	销售额 (亿元)	同比
1	彩棠	1.70	62.2%
2	肌肤之钥	1.39	53.0%
3	圣罗兰	1.32	7.9%

**抖音 618抖音彩妆类目品牌榜**

看类次数据 用青眼情报

排序	品牌	GMV (元)	同比
1	花西子	1亿+	持平
2	圣罗兰	1亿+	上升5名
3	方里	7500万-1亿	新上榜

### • 新锐品牌霸占时尚防晒服TOP4：

天猫“年中开门红”（5月20日-5月28日），蕉内、小野合子、蕉下、茉寻时尚防晒服单品占据该类目TOP4。



### • 食品饮料白牌出圈：

天猫“年中开门红”（5月20日-5月28日），休闲零食白牌“比比赞”以极致性价比位居第二。



## 从对“它”呵护看精神类消费崛起



5/20-5/28期间，天猫多个宠物细分品类爆发，同比增长表现优越：猫烘焙粮(800%)，猫狗主食罐(450%)，猫狗主食冻干(700%)，矿砂(600%)，植物猫砂(200%)，宠物智能烘干箱(700%)，冻干类保健品(800%)，鱼油(900%)，乳铁蛋白(1200%)，宠物智能除味器(500%)，宠物绝育等医疗服务(600%)，猫狗内外一体驱虫药(650%)。



京东超市宠物业务618全周期同比增长趋势明显：成交单量(42%)、新用户(32%)、261个品牌销售额(100%)、936个品牌销售额(100%)、280个品牌新用户(100%)、超百万爆品数量(210%)。



京东宠物618惊喜盲盒——#给喵星人做了个儿童节礼物#

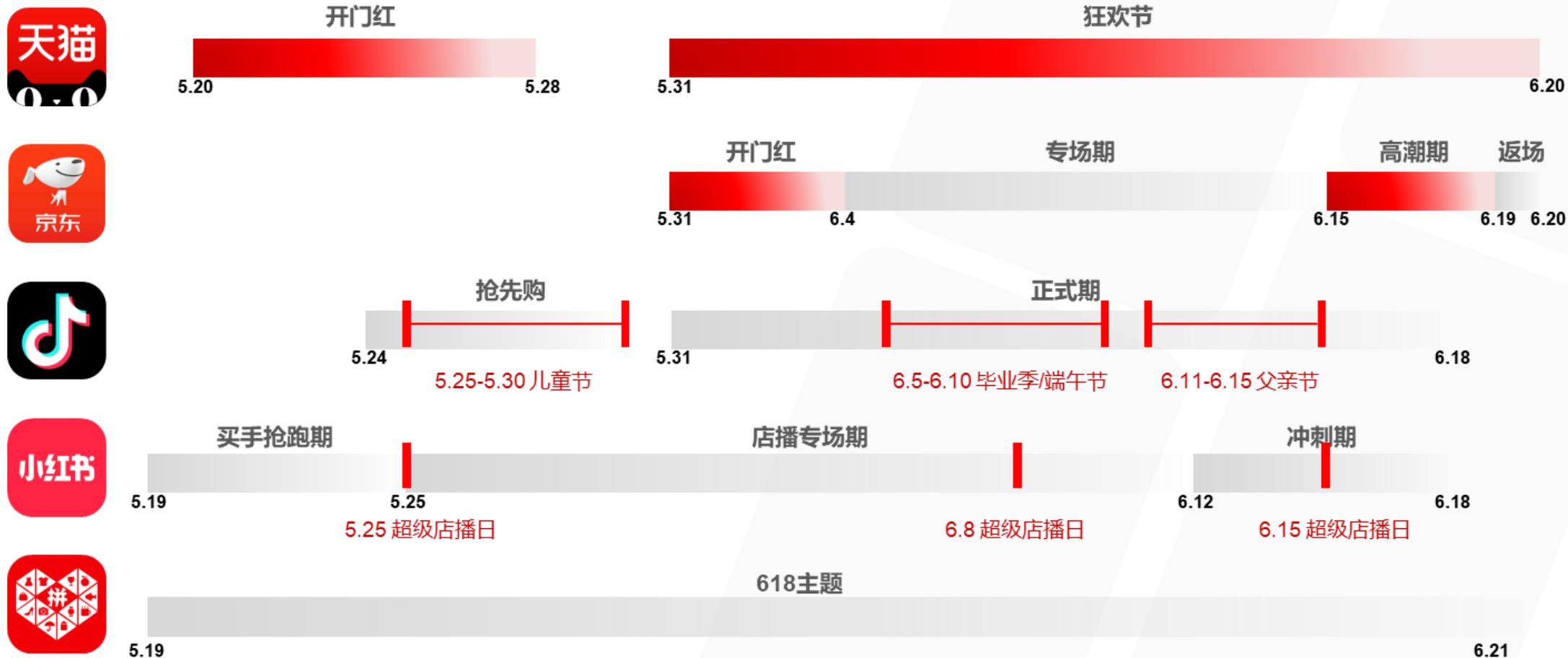
登录**双热榜**：微博话题曝光量达7,621万，抖音视频曝光量超3,000万



大促首周，拼多多宠物品类销售额同比增长超200%。

# 平台玩法之变

# 平台节奏简化—猫狗取消预售，抖音聚焦礼遇心智，红书大力扶持直播



# 平台主题回归—流程简化，聚焦好价，用户购物体验再进阶

## 天猫618主题“最简单”



将“回归用户”作为战略核心方向，取消预售，优化购物流程，简化报名流程，提升消费体验。

## 京东618主题“好便宜”



将围绕“产品、价格、服务”布局，使商家以更简单的方式参与活动，实现销量增长，优化消费感受。

## 抖音618主题“低价好物”



投入超百亿流量，聚焦好价格、好服务、好品质产品，助力商家生意实现确定性增长。

## 小红书618主题“重磅店播”



将重磅店播，给予商家/买手全方位支持，补贴优质用户，促进转化，实现自闭环。

## 拼多多618主题“持续低价”



降价越多，流量越多，让利越大，爆发越大，百亿补贴持续加码，为消费的美好带来更多低价好物。

# 平台玩法焕新一加大扶持力度，提高商家参与度，优化店铺运营效率



## 门槛简化&用户体验提升

- 简化商家报名环节，符合要求，即可参与官方活动
- 重启淘宝网页版，针对每天1000多万在电脑购物的用户



## 流量扶持&商家赋能

- 新增“半年最低价”新玩法，流量持续倾斜低价商品
- 提升商家参与大促效率，活动期间平台进行系统自动化价格校验，无需商家提前去做报价



## 低价好物补贴&爆款打造

- 首次为全量商家开放“一件立减”，提供全链路优惠引导和平台扶持补贴
- 全面升级【超值购&秒杀爆款池】，符合评估的超值爆款，即可获得平台资源加码助力



## 店播扶持

- 升级直播呼吸灯，提升直播间曝光和直播间进房数
- 直播笔记流量全域加码、店播买手激励全新升级、直播优质用户转化



## 流量扶持

- 提升降价商品的全站流量权重，权重最高提升可达9倍

# 平台争商之变—各以多样策略争夺中小商家，寻求新增长点，扩大生态群



降低商家准入门槛	-	为 <b>新商家</b> 提供: <ul style="list-style-type: none"> <li>“0元开店”</li> <li>“极简入驻”</li> <li>“AI开店助手”</li> </ul>	<b>中小商家</b> 轻松起泡无负担: <ul style="list-style-type: none"> <li>保证金下调</li> <li>一证开多店</li> </ul>	为 <b>新商家</b> 提供: <ul style="list-style-type: none"> <li>0门槛极速开店</li> <li>0门槛开通直播权限</li> <li>运费宝享年度优惠</li> </ul>	-
提供全面经营指导	为 <b>所有商家</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>生意参谋<b>全面免费</b>，商家可免费开通全新市场洞察</li> </ul>	为 <b>中小商家</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>618期间提供<b>经营指导</b>和<b>培训课程</b></li> </ul>	-	为 <b>新商家</b> 提供: <ul style="list-style-type: none"> <li>商品/订单/发货经营工具<b>免费使用</b></li> <li><b>免费</b>培训与运营指导</li> </ul>	-
丰富平台流量生态	为 <b>淘宝商家</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>今年618<b>首次支持</b>88VIP消费券</li> </ul>	为 <b>产业带白牌商家</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>打造便宜包邮日</li> <li>流量扶持</li> <li>费用补贴</li> </ul>	<b>低价战略</b> 力推中小商家: <ul style="list-style-type: none"> <li>对全网低价、同款低价商品<b>流量倾斜</b></li> <li>提高“订单量”权重，内测“自动改价”功能</li> </ul>	为 <b>新商家</b> 提供: <ul style="list-style-type: none"> <li>0门槛进入蒲公英平台与海量买手合作</li> <li>流量扶持</li> </ul>	<b>“自动跟价”</b> 系统: <ul style="list-style-type: none"> <li>商家设定范围内，系统根据其他平台同款产品价格变动自动降低价格</li> </ul>
产业带定向	<b>直播产业带</b> 上，未来将: <ul style="list-style-type: none"> <li>深耕30个产业带</li> <li>培育5000个百万账号</li> <li>推出10万款优质产业带爆款商品</li> </ul>	618期间 <b>京东五金城</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>主推“百万爆品”，入仓SKU较3月增长130%</li> <li>承诺全网最低价、最快可提供当日达服务</li> <li>持续助力中小企业工业品采购降本增效</li> </ul>	-	-	-

# 平台政策精善——“先用后付”降低决策门槛，升级消费全链路服务



## 支付政策

- 100元以下，商品**自动生效先用后付**服务
- **新增**先享后付的**白条服务**，促进小额订单转化；
- “0元+免密”，进一步降低用户决策门槛
- **优化**「抖音支付&月付」，打造立减优惠
- 针对微信支付分较高的消费者，**上线全新的支付服务-“先用后付”**
- 还支持花呗分期、支付宝免密支付
- **持续提供“先用后付”功能**

## 保险政策

- **要求**商家参与大促**购买运费险**
- **要求**大促参与**商品包邮**
- **升级**保险险种**权益**，提供破损险、晚到赔和先行理赔等，提升商品服务星级
- **升级**运费险，参与活动的店铺统一开通**免费上门退换**
- **新增**超值天团直播间（达人）**运费险**，10天免单，16天每单补贴50%；
- **升级**金融工具，提供垂类场景险（坏了包退商家险、食安险、绿植险和过敏险）

# 流量盘活—站内引流“功力”再修炼，各辟蹊径



## 进攻“内容电商”

- 淘宝直播和逛逛合并，直播、短视频和图文**全面打通**
- “逛逛”板块的二级页面专门开辟了短剧板块，名为“**剧场**”，用来播放短剧内容，在内容中投放商品链接促进转化



## 打造“流量生态”

- **商家直播**：亿级资源，提供互动玩法，促进拉新转化
- **商家内容创作**（测评、搭配等）：亿级现金&亿级流量
- 首次**国货专属 Bigday**，打造国货之光



## 布局“达人矩阵”

- **头部达人**-超值天团直播间：定制低价玩法，快速引爆
- **垂类达人**-超值天团品类直播间：种草低价好物，获平台流量扶持
- **全量达人**-直播任务赛：完成指定目标获优惠红包，冲销量



## “直播闭环”种割

- **笔记与直播**协同，信息流触点吸引用户进入
- **店铺直播**：不同层级商家均有流量扶持
- **买手直播**：参与并达标者提供流量激励和补贴

# 全盘把控—站内投放“武器”再进化，各显绝招



## <全站推广>

- 4月16日直播发布「全站推广」，以付免联动机制盘活淘系全局流量，交付淘系全站ROI最大规模，带动商品成交额全面提升，实现1+1>2的效果。

品牌商家	↑	多梯队货品齐爆发，全店生意规模增长
供应链商家		极简拿量，稳定日销
新势力品牌		推爆潜爆品，以品带牌抢占市场
新手商家		快速冷启，极速破0

全站流量可运营、全站ROI确定性交付、潜力商品快速打爆

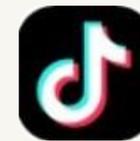


## <全站营销>

- 4月15日全量上线「全站营销」，以单品全站投产比为优化目标，助力商家高效获取全站优质流量，带动销量快速提升，帮助商家打破流量边。



一键覆盖全站流量，释放人力极简提效、商品全站托管带动生意增长



## <全域推广>

- 全面升级「直播全域推广」，打通付费和自然流量边界，拓展多个流量渠道。

更高效撬流量	更极致自动化	更精细人货场调控
增效优化升级	素材供给升级	人群偏好支持
智能优惠券升级	盯盘能力升级	量效兑换升级

- 重磅发布「商品全域推广」，包括但不限于全体裁统一调控，加速产品成长，提高投放人效



一键挖掘增量，带动新客成交、新品快速动销、撬动全场景流量矩阵，将商品推向全域

# 借势AI—站内智能技术再突破，各展其能

天猫

京东

抖音

AI降低品牌商家操作成本

AI渗透贯穿全链路经营

AI降低内容生产成本  
提供热门灵感创意



Quick 管家



超级生产力工具

代理日常经营操作

场景图生成

一站式的素材解决方案

AI数字人直播

一键处理，一键联动

一站式电商智能创作平台

智图/智文/智数、卖点萃取、文案总结、商品图生成、价格力分析...

数据分析、图文设计、店铺运营...

“超写实”可生成电影级  
高清摄影质感商品场景图

大数据分析指导营销素材  
策略、创意策略能力

减少直播成本、618期间  
0.1元试用，享公域流量

>30款免费内测AI工具、复杂操作处理、触点/场景联动

AI视频/图文/直播创作、提供AI灵感、提炼热销内容组合...



→ AI 内容生产

→ AI 降本增效

→ AI 内容生产

→ AI 内容生产&管理

→ AI 直播降本

→ AI 经营增效

→ AI 内容创意生产

# 强强联手—对外阶段性破壁再加码，共谋增长

## 星立方计划



打通达人营销全链路，实现内容平台种草，电商平台收割

## 跨平台流量接入



视频号流量接入京准通，今年将深化合作，聚焦用户人群、品类和平台产品，拓展增量市场

## “大开环”战略



进一步深化“大开环”战略，继续加强与阿里和京东的合作外，打通与拼多多和唯品会的带货渠道

## “种、拔”联通



上线直跳微信小程序，打通小红书公域“种草”到商家小程序私域“拔草”路径

# 阳狮解决方案

# 阳狮集团观点 | 数字智能助力生意新增长

## 长期主义提效

品牌价值持续建设  
用户为先，生命周期长效运营  
精细经营，内循环提效

eNova | 自动测算优化  
ISV 助力生意增长

## 跨域种草经营

多元化前瞻布局  
互通互联加速引流  
内容&货架同频共振

AUDIENCE RADAR | 人群策略洞察  
FLUENCY | 达人社交洞察

## 全体验升级

科技驱动，AI创意赋能  
无界联合营销，全域闭环  
高质量策略洞察及结果评估体系

CAMP | 智能内容洞察  
CONTENT FACTORY | 敏捷创意生产

全域触点综合评估 X 科学经营

SCENARIO PLANNER | TOUCHPOINT ROI TRACKER | CONNECTED INTELLIGENCE | TRACE

# 阳狮生意增长策略 | 数创投营一体整合解决方案

阳狮Omni-Performance中台提供E2E的全渠道效果服务，助力品牌在新电商局势下韧性增长。



**PUBLICIS**  
**OMNI-PERFORMANCE**



# [3C] 站外回流数据站内再营销，高效实现全域“种收”



## 结果展示

类目新客成本

XX%+ ↓

行业品牌新客成本

XX%+ ↓

类目ROI

XXX%+ ↑

行业品牌ROI

XXX%+ ↑

# [家电] 电商数据指导站外投放优化, 精准助力跨域种草经营

## 站内数据输入

### 基础标签:

- 性别
- 年龄
- 购买力
- 人生阶段
- 城市等级

### 兴趣偏好:

- 运动兴趣
- 明星和节目兴趣
- 生活兴趣
- 美食兴趣
- 旅游...

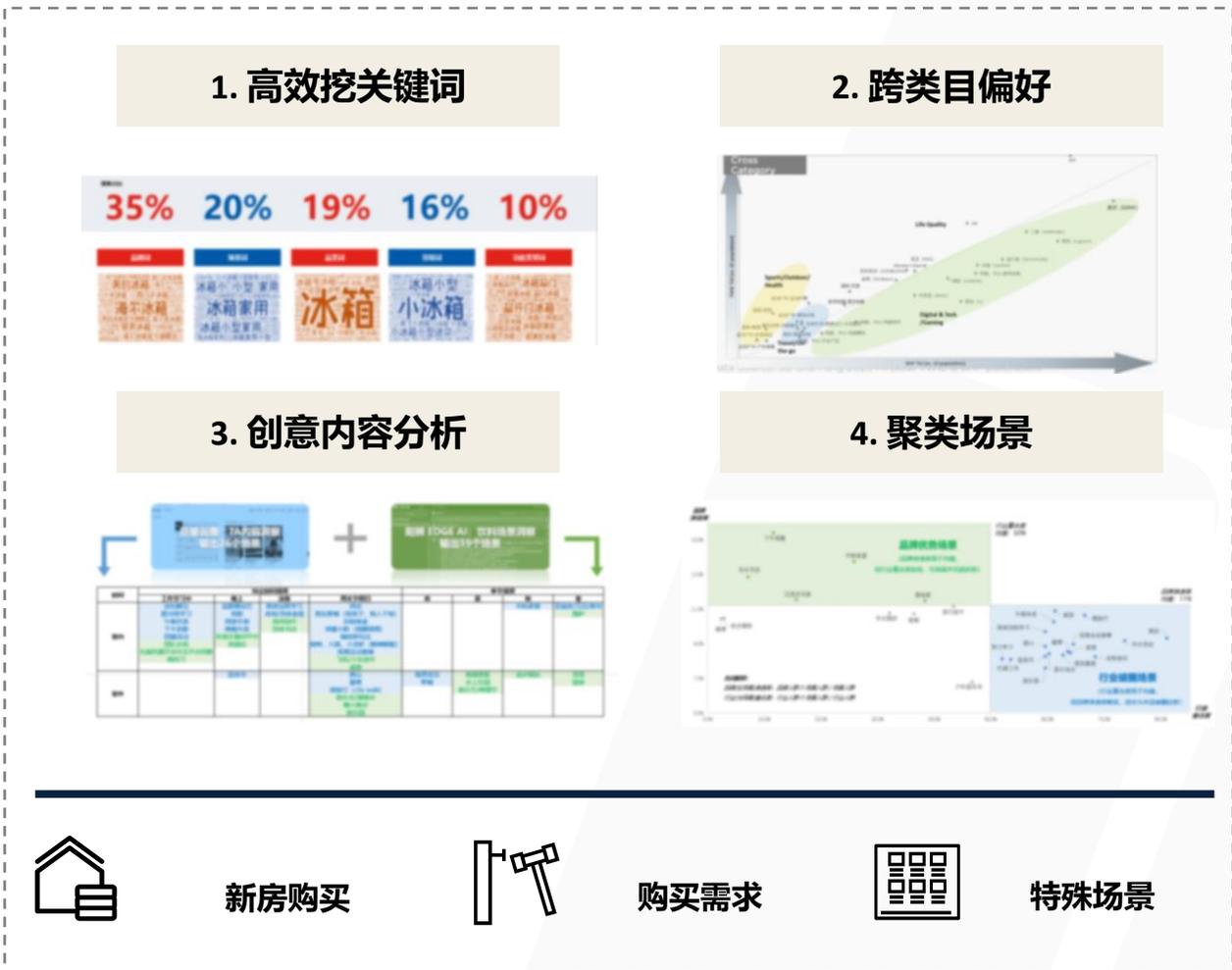
### 购买偏好:

- 类目偏好
- 品牌偏好

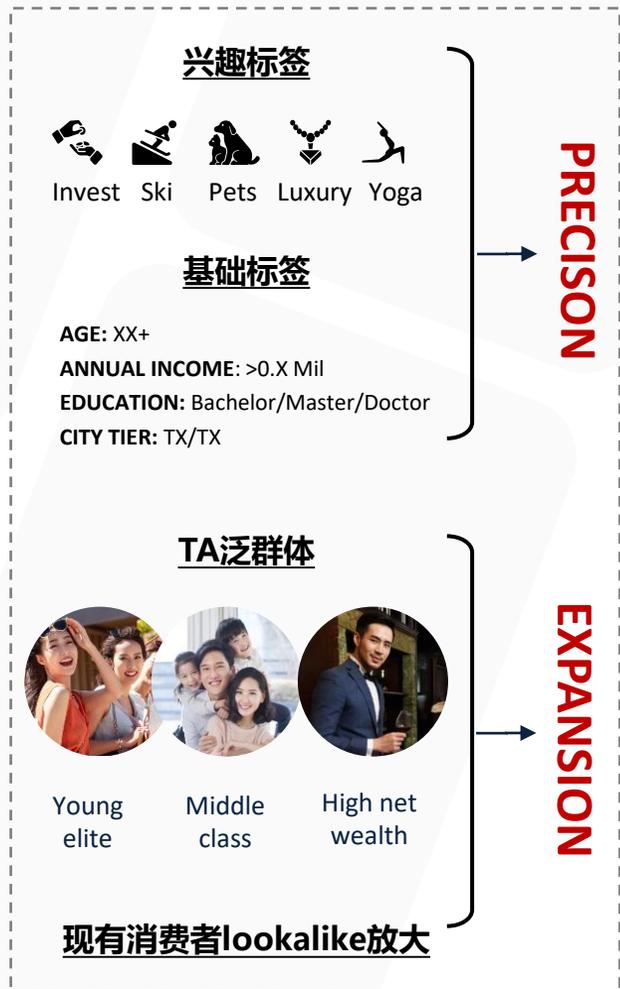
### 广告内容偏好:

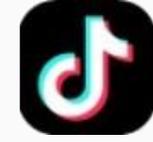
- 点击率
- 转化率...

## 消费者偏好模型化分析



## 强化站外触达效率

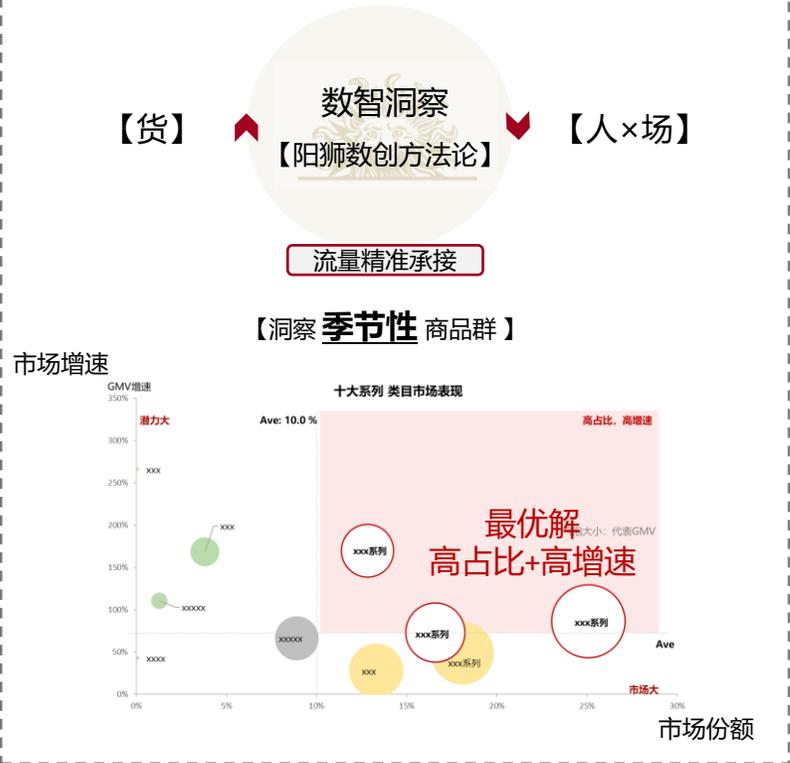




# [服饰] 精选货盘、场景破圈，全方位提效直播间投放引流

## 精选·货盘

### 货品矩阵分析



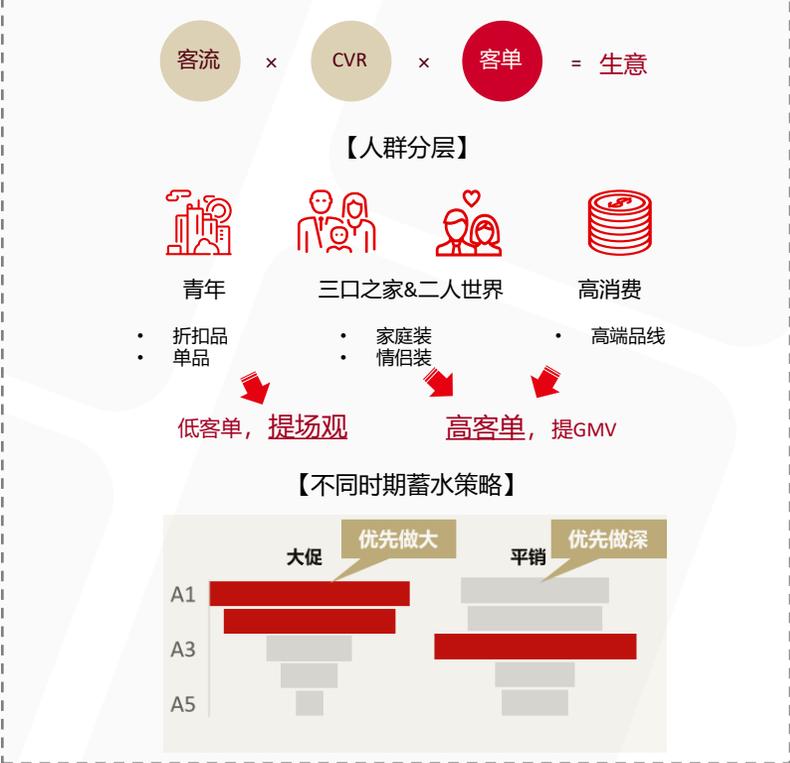
## 场景·破圈

### 聚类分析场景



## 提效·直播间投放引流

### 获取高净值流量



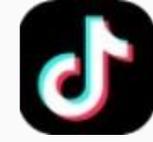
进入抖音爆品榜单: 【爆款榜】 【好评榜】 【人气榜】 【新品榜】 【好价榜】 ↓打造爆款商品, 撬动自然流量↑

整体CTR **X.xx%**

整体CVR **X.xx%**

整体ROI **X.xx%**

整体新客占比 **X.xx%**



# [母婴] 高质量达人营销推动抖音电商闭环生意增长

## 618内容策略

**语言钉**

**用户痛点** 大脑 家长 营养 亲子 知识 奶粉 宝宝 育儿 经验 早教 孩子 黄金

**行业产品功效需求** 好吸收 补营养 滋养

**本品/行业关键词**

**人群分析**

- 核心人群N 本品A3-5人群
  - 高端妈妈 预算充足, 注重品质, 研究成分
  - 粉丝复购党 有经济实力, 有刚需, 理智消费
  - 科学喂养派 宝宝需要转奶/认可品牌及脑发育理念
  - 精致尝鲜族 预算充足, 认可品牌, 寻找更好奶粉
- 核心人群N 竞品+行业人群

**社交内容策略**

找赛道	搭矩阵	布内容
Keyword: 脑发育 相关内容赛道 宝宝日常 促销带货 专家科普 奶粉测评 高学历父母 精英育儿 成长故事 种草视频 产品心智培育 促销视频 收割用户订单 高 粉丝体量 低	宝宝日常/产品带货 MIDDLE KOL 奶粉测评 MIDDLE KOL 历史优质达人促销向 MICRO KOL	提升产品功能+促销机制双占位 25% 23% 13% 8% 成分 人群 功效 促销 临近 618, 宝妈宝爸需要为 宝宝囤货, 用 成分/功效/促销 等词精准触达目标人群

## KOL筛选

**达人池构建 & 投放指标复筛**

**达人标签池构建**

- 人群标签: 星图达人, 云图达人, 行业投放优选达人
- TA内容偏好: 母婴, 时尚, 美妆
- 达人标签: 育儿/价格达人, 萌娃, 历史表现优秀达人

**品牌&云图指标筛选**

关键指标	已购人群 相关性	内容互动人 群相关性	达人粉丝 相关性	粉丝核心人 群浓度
评估标准	TOP100 达人	相关性高于 均值达人	高于均值 达人	高于均值 达人
评估结果 及优先级	✓	✓	✓	✓

**达人List复筛**

星图维度 历史商单表现, 预估CPM, CPE

阳狮Fluency工具 真粉率, 商单互动系数, 商单内容表现等

**达人矩阵输出**

周粉体系评估等级	头部达人	中腰部达人	尾部达人	粉丝量级
★ Lv.4				
Lv.3				
Lv.2				
Lv.1				

## 竞价种草通加热

**种草通加热KOL视频**

根据内容指标, 筛选视频&倾斜预算

**投前筛选**

- 爆文类型
- 5s完播率
- 互动率
- KOL预算
- CPM
- CPA3

素材1 素材2 素材3 素材4

**投中优化**

## 效果达成

**对比品牌历史表现**

CPM xx -xx%	CPE x.x -xx%	爆文率 xx% +xx%
新增A3 XX Mil +xx%	CPA3 0.xx -xx%	看后搜 X.x% +xx%

**人群资产&品牌表现**

Before Campaign On-Air

A1 Aware A2 Appeal A3 Ask (A4-A5) Act-Advocate

5A GR% +XXX%  
A3流转化率 X.x% +XX%  
A3-A4A5转化+XX%

# [美妆] 商销爆文种草，人群分层收割，打造红书电商交易闭环



## 结果展示

Actual ROI vs Est. **XX%+**

Actual CTR vs Est. **XX%+**

# Thank you



PUBLICIS  
MEDIA