**雅萌微博超级粉丝通营销**

**广 告 主：**雅萌

**所属行业：**家电

**执行时间：**2020.02.25-06.01

**参选类别：**效果营销类

**营销背景**

碧捷集团作为一家大型商贸公司，代理雅萌在内的多个美容、护肤品牌，营销推广策略主要以电商效果转化为核心指标，作为领军美容仪行业的头部品牌，雅萌需要强化品类top地位，从中高端护肤人群拓展更多潜在消费群体及年轻受众。

**营销目标**

提振销售转化，提高品牌认知度，强化品类头部地位。

**策略与创意**

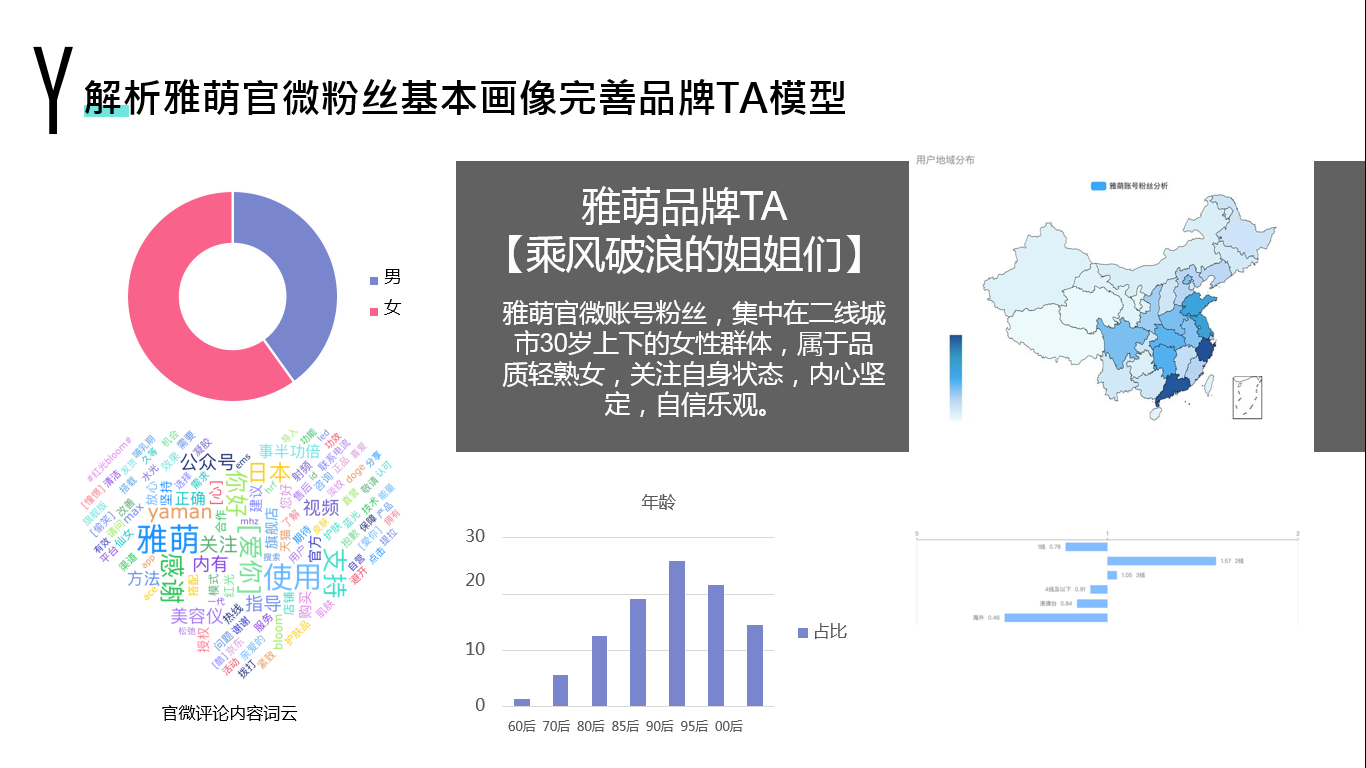
人群分层策略，针对品牌认知/兴趣/忠诚人群、行业兴趣人群、泛潜客人群、社交兴趣人群分层级设置投放计划并进行数据追踪分析，知后续投；

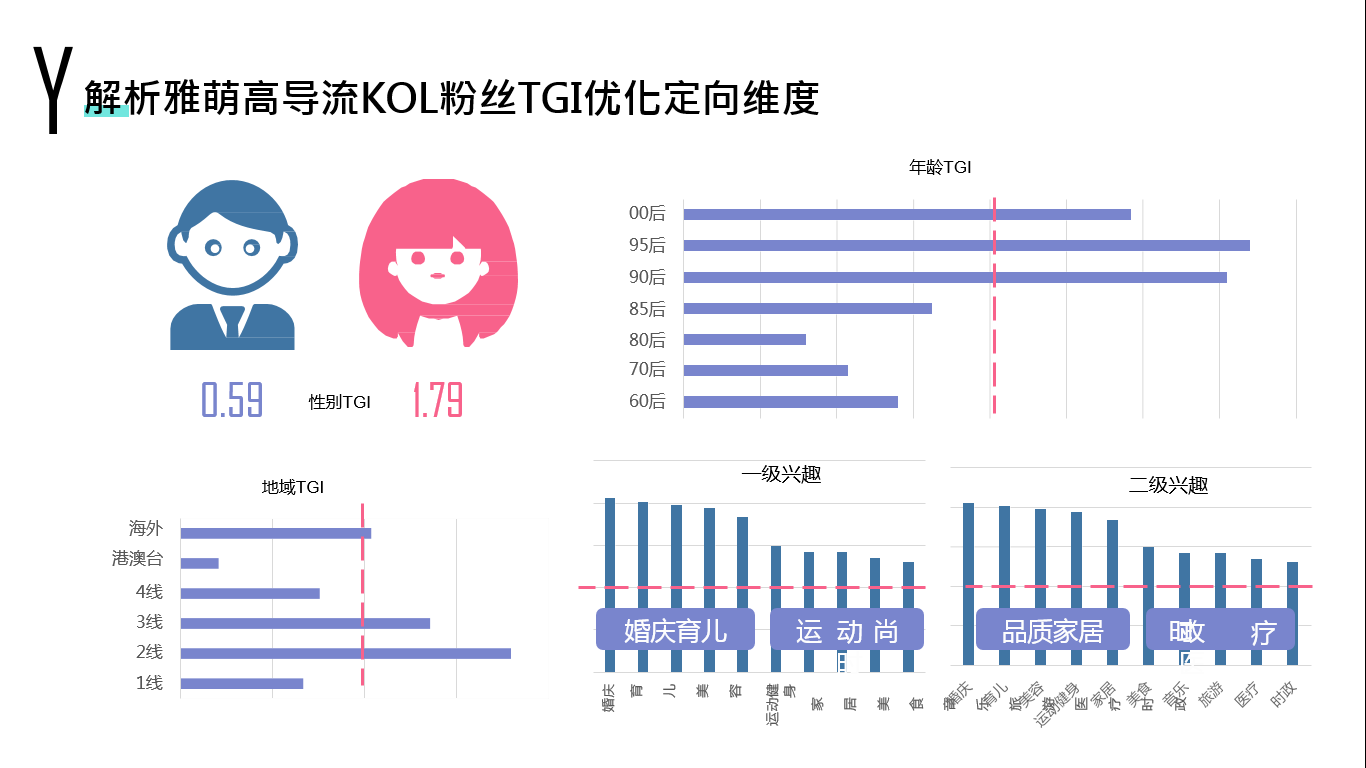
营销节点：按美容护肤营销节点规划投放节奏，如护肤换季、电商大促，节日营销等。

**执行过程/媒体表现**

1. 人群洞察阶段

对品牌TA人群进行进一步社交兴趣偏好、电商兴趣偏好进行进一步拆分和优化，确认目标人群包。

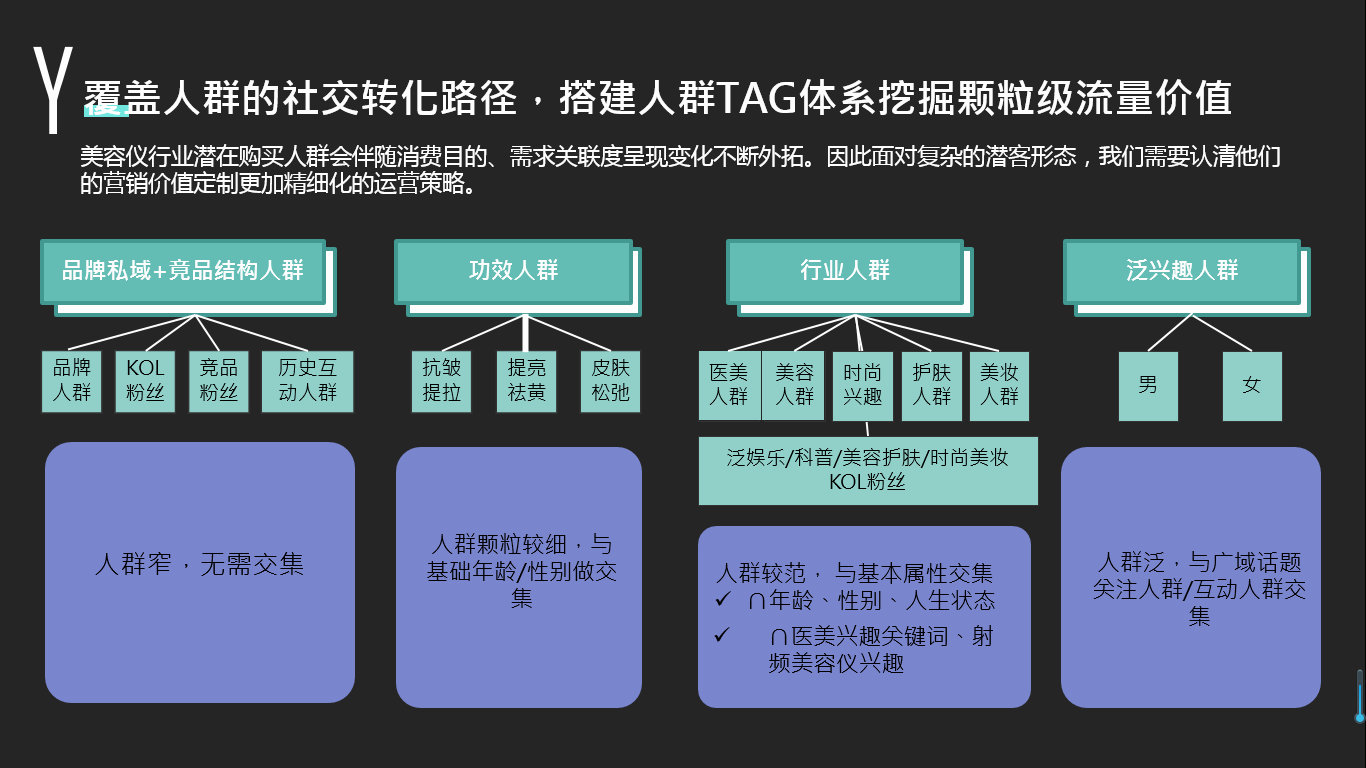






1. 投放验证阶段

将目标人群包分层，收集A\I\P\L四个人分类下的每个人群包的投放测试数据，分析目标人群兴趣TGI，进一步匹配创意素材，优化投放方案。







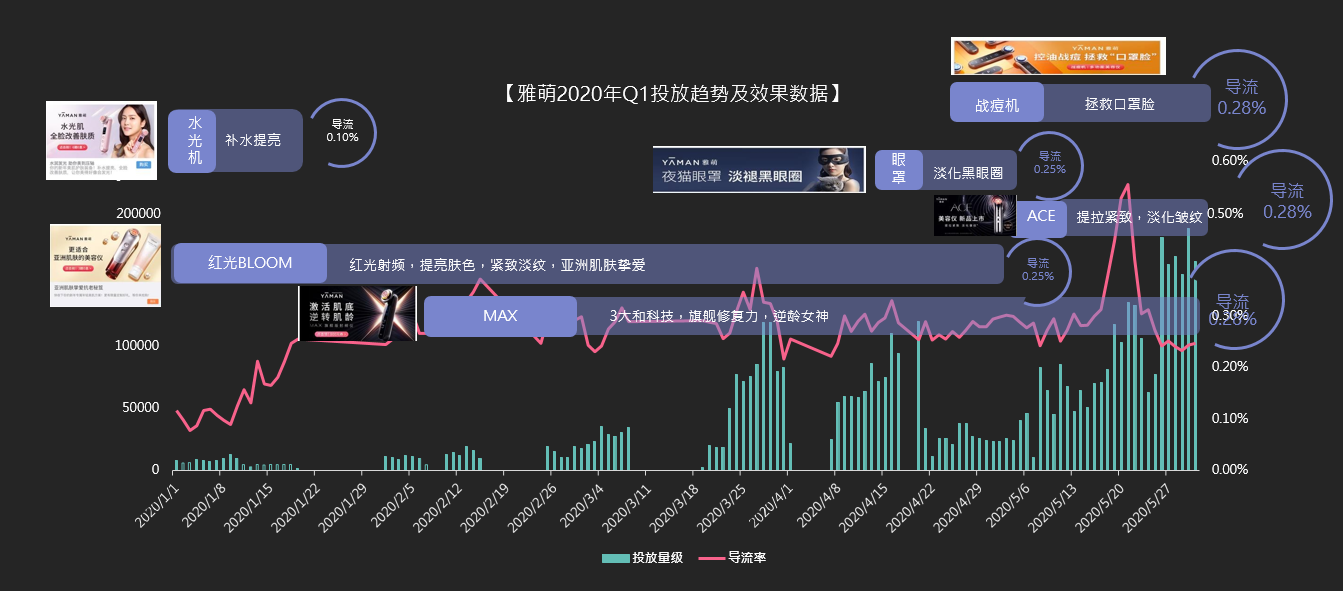
1. 结案总结

统计每一轮效果投放后的人群沉淀并分析投放效果，指导下一次投放。

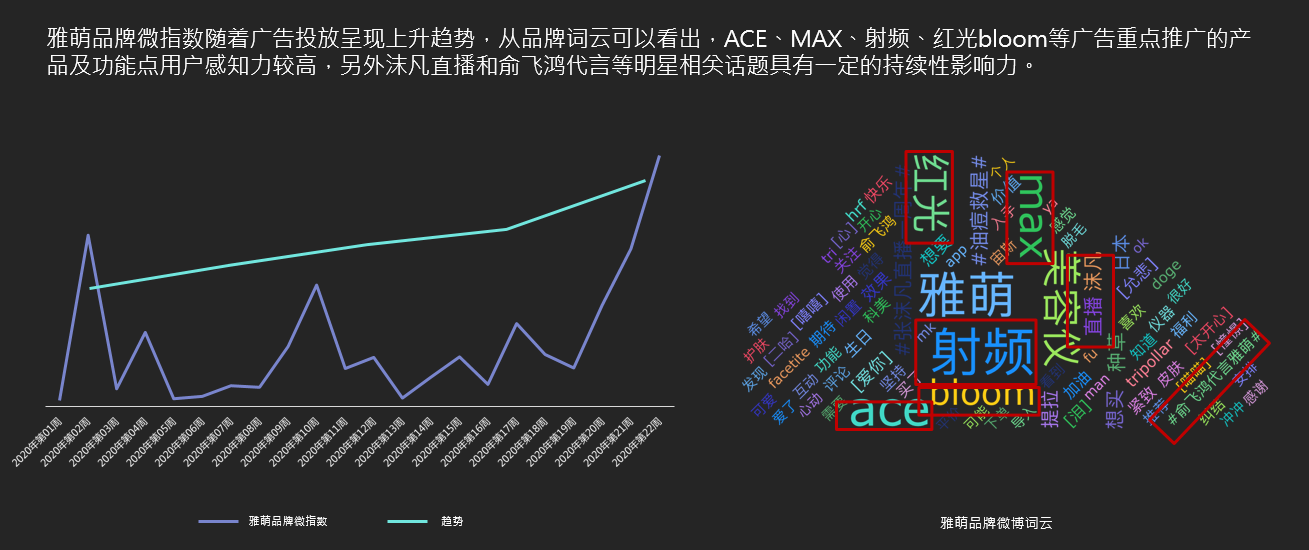


**营销效果与市场反馈**

雅萌上半年超粉投放量级及导流效果呈现平稳增长态势，投放整体导流效果高于行业平均水平。



品牌微指数持续攀升，爆款产品、热门功能和明星话题用户感知力较好。



效果反馈：客户反馈微博是所有投放渠道中效果最好的渠道。

（数据源：微博）