

善用《鸡蛋篮子论》实现点淘量效合一，渗透率稳居TOP1

- **品牌名称：**点淘
- **所属行业：**电商
- **执行时间：**2023.01.01-03.31
- **参选类别：**电商营销类



投放背景

点淘是阿里巴巴旗下的淘宝直播官方App。点淘专治购物选择困难症，也是剁手党一定不能错过的宝藏App，超多主播达人推荐良心好物、分享生活攻略，一起涨姿势、添满美好Buff。

2022年直播电商占电商份额已达20%，直播电商行业竞争也空前激烈。

常规阶段，重点拉新；大咖直播加持以及粉丝节，重点促活。

痛点洞察

点淘主打种草、直播带货内容较软，**如何抓住点淘的核心竞争力，实现量效合一成为当下面临的最大挑战。**

面对行业中激烈竞争现象，挖掘核心用户及产品竞争力，才能实现量效合一

如何挖掘点淘核心用户？

如何在全民电商时代，找出差异化市场的并属于点淘的目标用户，既能在量级上有提升空间，又能在效果上达到客户预期？

如何抓住点淘核心竞争力？

侧重产品内容的有拼多多、京东，侧重种草的有小红书，如何结合产品&种草两部分，找准点淘核心营销亮点，实现差异化提升？

没有效果稳定的点位 可用于长期投放

各个点位各项指标效果波动均较大，如何灵活选择点位，确保各项指标均达到考核？

素材形式单一， 如何杜绝用户审美疲劳？

如何根据营销侧重点的变化快速进行素材迭代、高效产出优质创意素材，成为当下广告营销团队每日必梳理并复盘的工作内容。

提炼核心方法论，打造全方面投放策略



人群聚焦

年龄30-50岁的三、四
线下沉城市用户



需求特征

(1) 偏生活情景 (穿搭,
美妆, 美食制作等)
(2) 依然追求性价比:
物美价廉



投放目标

量级不变的情况下,
成本下降15%, 且后
端效果不受影响

鸡蛋篮子论

源于詹姆士·托宾的“资产组合选择理论”，就是要把风险程度不同的投资品进行组合，以此降低投资的总体风险，并让投资回报率维持在一个合理的期望水平？

点淘项目应用

点位众多，投放类别不同，转化目标不一，素材方向多样。牵一发而动全身，一个因素变化，对量级和效果都有较大影响。唯有全方位了解，再灵活分配占比，才能达到更严格的考核要求。

#挑战

挖掘核心用户及产品竞争力，
才能实现量效合一

如何挖掘
核心用户

如何抓住
核心竞争力

可长期增量
资源位匮乏

如何杜绝素材
形式单一造成
审美疲劳

#核心——鸡蛋篮子论

点位众多，投放类别不同，转化目标不一，素材方向多样。
牵一发而动全身，一个因素变化，对量级和效果都有较大影响。唯有全方位了解，
再灵活分配占比，才能达到更严格的考核要求。

资源位

穿山甲
+
通投智选
+
站内

平台

Androd
+
iOS

投放类别

标准投放
+
SDPA
+
搜索

广告类型

常规广告
+
原生广告

素材

种草实拍
+
达人实拍
+
商品剪辑

放量期：最佳组合，穿山甲（70%）+标准投放（90%）+种草实拍&达人实拍（80%），
其余方向搭配增量。

控量期：主要组合思路（80%），穿山甲+安卓+标准投放+常规竞价+种草实拍；其余方
向作为增量测试。

核心方法论+工具组合+团队联动
渗透率稳居代理Top1

常规投放渗透率：40%左右，稳在各代理中TOP1

获客成本：同比下降15%

消耗：月耗超千万，同比增长14%

优质
素材



#种草实拍

消耗：70W+
激活成本：达标
次留率：达标



#达人实拍

消耗：60W+
激活成本：达标
次留率：达标



#商品剪辑

消耗：100W+
激活成本：达标
次留率：达标

三大方向更新素材，打造爆款素材

种草实拍

(1) 风格方向

生活技能剧情实拍，抖音高赞技能教学实拍；
跑量视频元素的整合，善用热门话题借力。

(2) 拍摄细节

演员要精选，服化道场精心准备。

(3) 剪辑视频亮点

吸睛片头很重要，画面质感要保障；注重声效贴合内容和情绪；节奏强，有转折递进。

达人实拍

(1) 素材风格

突出各个达人不同风格特性，善用达人谐音梗，再用历史热梗进行创意延伸。开篇前7s吸睛，中间7s~20s剧情带入利益点。

(2) 剪辑视频亮点

注重结合抖音热门卡点，内容偏软贴合原生。

商品素材

(1) 素材方向

选品参考抖音双周爆品&抖音热门单品名单，利益点主打性价比。

(2) 剪辑视频亮点

配合花字包框&专属特效开篇点题，并善用反转、反问等表达手法



#种草实拍

消耗: 70W+
激活成本: 达标
次留率: 达标



#达人实拍

消耗: 60W+
激活成本: 达标
次留率: 达标



#商品剪辑

消耗: 100W+
激活成本: 达标
次留率: 达标

核心方法论+工具组合+团队联动，渗透率稳居代理Top1



团队高效联动

有统筹有执行，合理分工。及时响应客户要求，快速反馈投放情况，阶段性总结提升。



创意高频反馈

以3日为维度进行账户素材梳理，对素材进行分析并反馈于创意团队，共同研讨提升素材质量。



善用媒体工具

善用媒体工具（投放管家，一键起量，账户优选起量，账户清理，自动规则），辅助账户实现量效合一



《鸡蛋篮子论》

点位、投放类别、转化目标、平台、素材风格、账户版本等排列组合，多维度共同配合投放，综合实现量效合一

运用核心方法论，维稳增效



跟着行家买, 就对了

《鸡蛋篮子论》

效果组合思路

主流方向	增量方向	占比
穿山甲	通投智选&站内	6:4
安卓	ios	8:2
标准投放	SDPA&搜索	6:4
常规竞价	抖音原生	8:2
种草实拍	达人实拍&商品剪辑	6:4

放量期

最佳组合, 穿山甲 (70%) + 标准投放 (90%) + 种草实拍&达人实拍 (80%), 其余方向搭配增量

控量期

最佳组合 (80%), 穿山甲+安卓+标准投放+常规竞价+种草实拍; 其余方向作为增量测试

常规投放渗透率

40%左右，稳在各代理中TOP1

获客成本

同比**下降15%**

消耗

月耗超千万，同比**增长14%**

(各项考核指标均达到考核要求)

