

淘淘氧棉天山白，大剧流量“运营式”创新营销

- **品牌名称：**淘淘氧棉天山白
- **所属行业：**日化-个人护理
- **执行时间：**2023.09.25-11.12
- **参选类别：**效果营销类

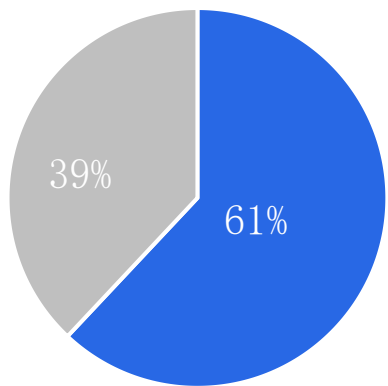
行业进入整合期，地方传统品牌如何焕发新生？

女性护理行业，头部品牌集中度高；行业机会点：Z世代人群高速增长，相对容易转化，抢占年轻女性人群心智至关重要

60%+

Top10品牌销售额占比

2022年top10品牌销售额占比

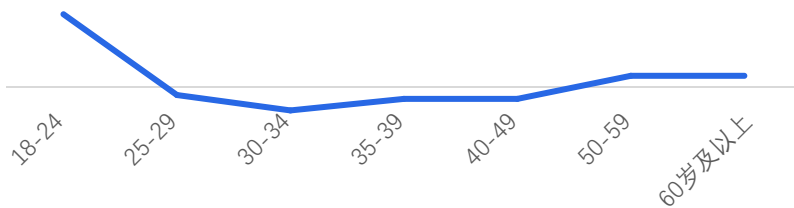


■ CR10 ■ 排名11之后

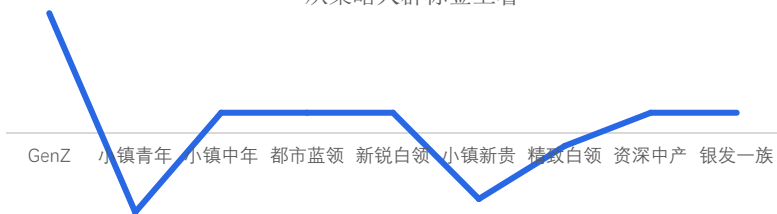
年轻化

Z世代人群高速增长，远超其他群体

从年龄上看

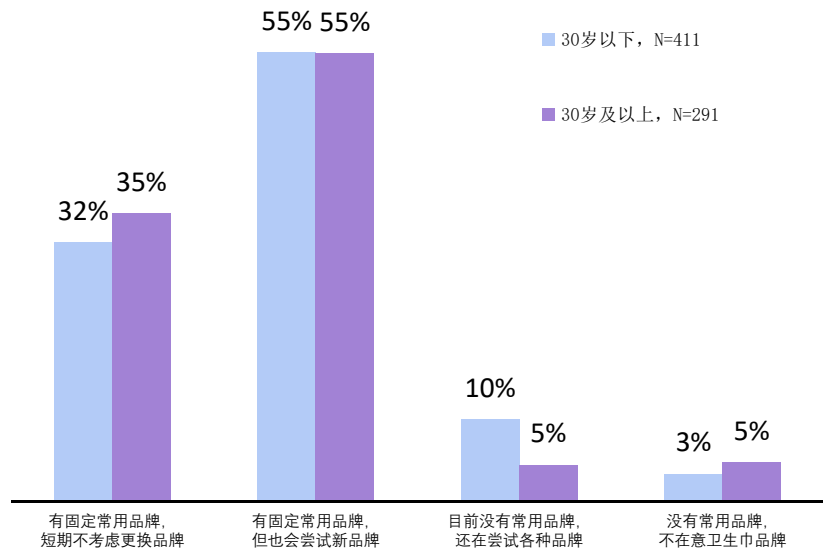


从策略人群标签上看



易转化

30岁以下 年轻女性转化机会更高



营销目标：知名度，渗透率，购买转化，三管齐下！

1、品牌知名度UP：

- 提高淘淘氧棉天山白的品牌曝光，提升全国市场的知名度

2、人群渗透率UP：

- 深度渗透女性群体，抢占年轻消费群心智

3、后链路转化UP：

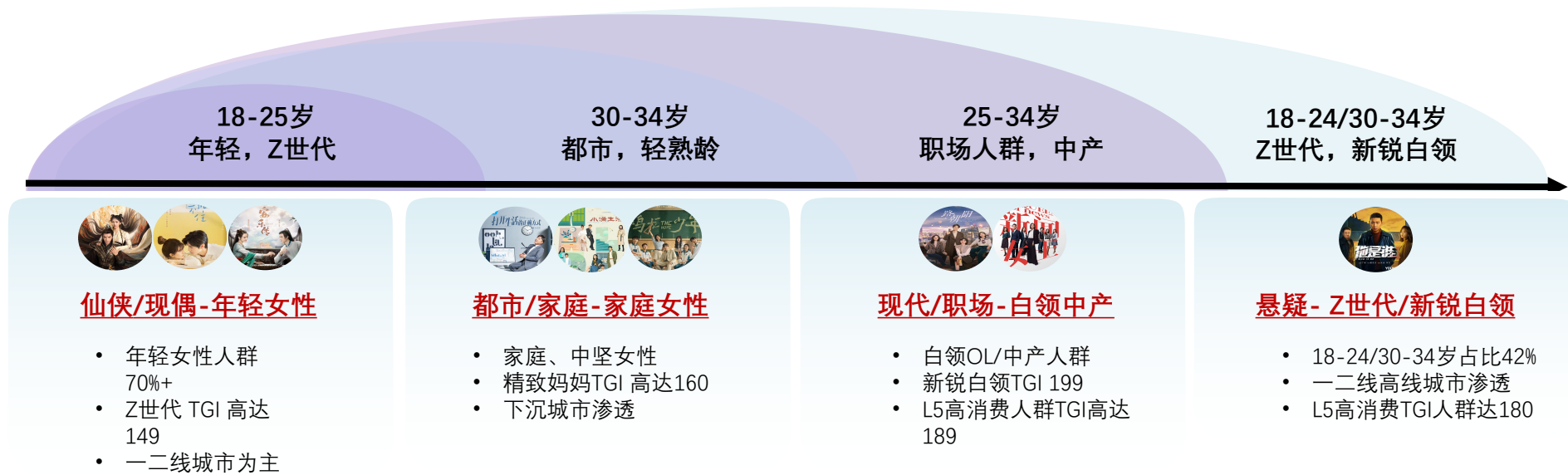
- 清晰传递产品差异化利益点，助力双11大促完成销量转化目标

传播策略：

突破常规投放模式，对剧集流量进行“运营式”精细化创新营销

70%+

剧集用户女性用户占比70%+，
女性用户最大的流量池！



深入洞察：不同剧集背后的人群各有区别，进行“人群、资源、素材”精细化运营式营销传播

人群精细化运营： 核心人群→品类人群→泛女性人群，逐层打透，精准收割

品牌核心目标人群

- F25-34岁(人群定向)

行业核心消费人群

品类消费偏好人群

- F20-40岁

潜客人群

F20-45岁
(泛众人群)

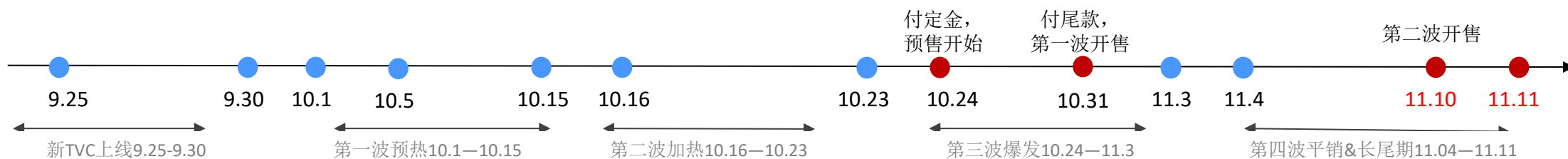
3. 剧场：人群精准定向，区域定向

2. 高浓度的女性TOP热播剧场：重点女性人群覆盖

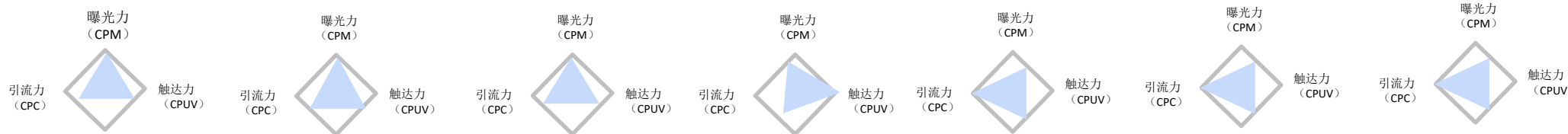
1. OTT家庭屏，圈梁覆盖，创新互动

人群分层策略

资源精细化运营： 剧场红利抢先蓄水，人群定向重点渗透，大屏流量爆发促转化



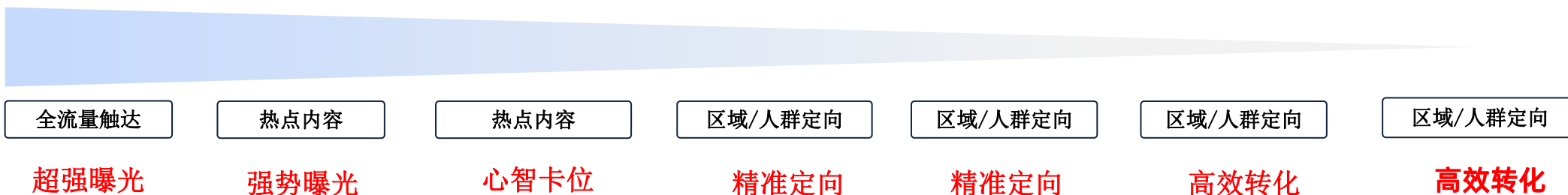
OTT UMAX Top10剧场 品牌头条 Top10剧场 品牌标版 智多星 品牌标版 剧立方贴片 聚焦贴片 OTT投屏



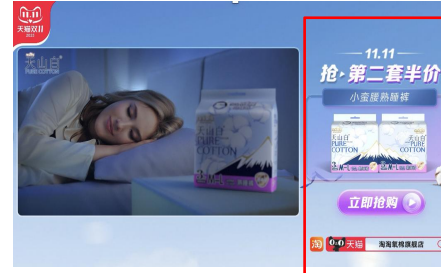
资源广度

定向能力

资源价值



素材精细化运营： 拆解不同投放波次，调整素材文案，最大化提升点击转化



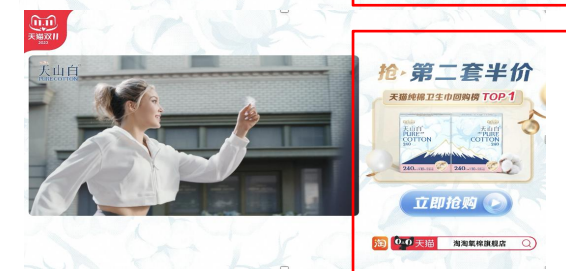
突出“天猫”渠道
9.9促销



突出“预售，抢限量”



突出买2送1，第二套半价



突出“立减、回购榜top1、半价”

突出“淘淘氧棉天山白”
产品信息

数据效果：

品牌声量大幅提升，实现规模化的人群资产积累，拉升销量增长

广告曝光人群中女性占比

75%

20-40岁人群占比

70%+

新锐白领/GEZ人群 TGI

121

双11全周期广告总曝光量

2亿+

双11期间AIPL人群资产总量同比增长

200%

双11期间AIPL人群资产总量突
破

1亿