

CASETiFY-人货场精细化运营，实现新客销量双丰收

- **品牌名称:** CASETiFY
- **所属行业:** 3C类
- **执行时间:** 2024.01.01-2025.01.26
- **参选类别:** 效果营销类

CASETiFY作为一个专注于手机配件的潮流时尚生活品牌，通过与国内外热门IP和艺术家的联名合作，不断将创新设计理念融入产品，实现了产品与风格的多样化。品牌也曾尝试通过程序化投放进行拉新，但效果乏力，无法满足预期，在产品更迭迅速的当下，如何帮助品牌快速锁定目标消费者，从而撬动生意增长，成为营销中的重要挑战。

我司自有的程序化投放平台，基于优质DMP标签体系，能够帮助品牌更快抓取潜力TA，并以IP、明星等优势元素作为抓手，精细化运营人群组合，有效提升品牌曝光及ROI，实现品牌拉新，同时帮助官网在内地区域的销量稳步增长。



自身30000+款设计，可打造多样风格

CO-lab联名系列
全球艺术家合作系列
个性化设计
.....

一站式程序化投放平台

基于12亿活跃设备的DMP和广告投放平台，独有的标签体系，可360度立体化人群画像，深入洞察用户需求，针对不同设计风格产品，个性化定制千人千面的人群标签，进行一站式智能化场景营销。

2024 EFFIE PERFORMANCE MARKETING AWARDS



CASETiFY

品牌声量

打开品牌
内地知名度



官网引流

提高CTR
降低CPC



效果转化

ROI优于
当前水平



长效增长

整体ROI年增长
20%

CASETiFY的款式繁多，每月都有上新热门的IP联名和艺术家联名系列，也有不定期的品牌活动和大促项目，针对长期的投放节奏和多元的素材风格，我们不仅要多维度拆解人群，借助AI工具提效，智能产出标签建议，更要坚持长期的精细化运营，进一步提效，最大化品牌认知，帮助品牌拉新获客从而提升官网销量。



人群拆解

老用户粘性提升

我司所擅长的一方数据管理能力，能够与客户官网进行对接，分析其会员和购买人群属性，并进行数据建模，实现一方人群的精准分析与再营销，有效激活品牌资产；

新用户活性挖掘

在稳固老用户的基础上，利用我司的人群洞察工具，挖掘用户高潜兴趣方向，锁定如3C，潮流，高奢等核心领域，同时探索如旅行、宠物、锦鲤等多元化机会人群；

大促期重点收割

结合品牌营销节奏，我司为客户量身定制节日人群包，如大促，送礼等，助力品牌销量节节攀升

品牌资产人群

高潜兴趣人群

特殊节点人群

品牌资产人群

我司自有数据产品团队将代码植入品牌官网，与前端广告行为打通，追踪点击用户路径，持续回流高潜用户ID，积累品牌人群资产，同时结合客户一方数据，进行人群建模，打造专属品牌人群包，应用于后续投放



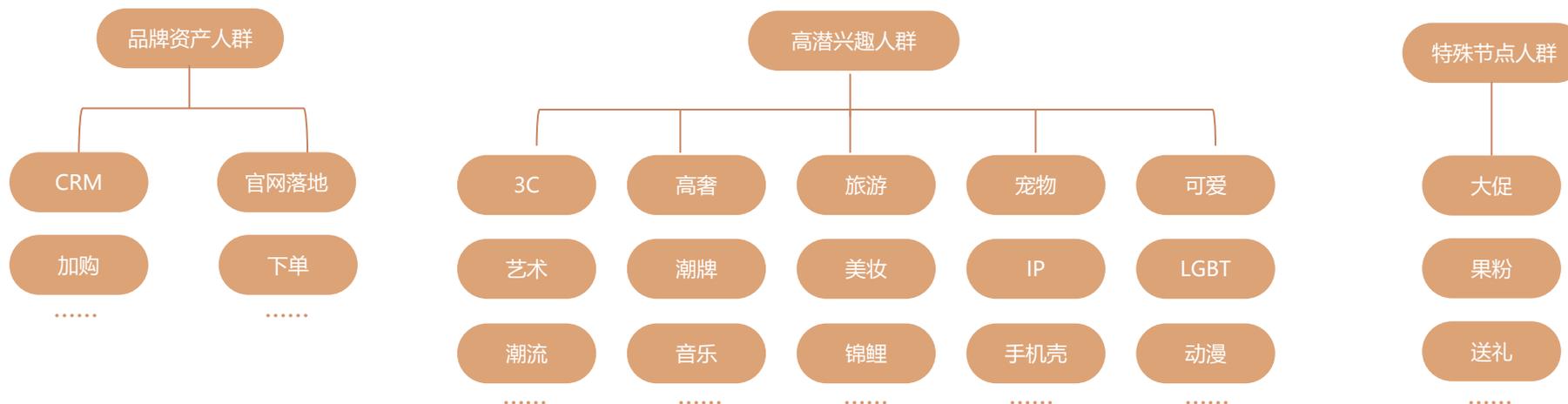
特殊节点人群

配合品牌campaign的营销节奏，我们在节日，大促，新机发布等重要节点抓取活跃人群，最大化品牌热度。

Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
CNY	CNY	IWD	Earth Day	Holiday	Summer	Olympic	Olympic	16 launch	Holiday	D11	Christmas
Travel Lucky wisher	Travel Lucky wisher	Gift	Pro-environment	Travel 520 Gift	Sports Travel 618 Promotion	Sports Travel	Sports Travel Qixi Gift	iFans	Travel	Promotion	Gift Travel D12 Promotion

人群拆解总结

投放一年来，我们为客户挖掘近百种兴趣方向，并在持续的测试中进行优胜劣汰，筛选出效果更优的人群组合。



AI智策

锁定人群方向后，利用大模型推出的AI人群智策功能，智能推荐人群标签建议，并由系统快速生成人群标签和受众量级。



高潜人群

IP

Never奈娃

Step1.推荐人群策略方向



Step2.确定策略，生成人群



Step3.查看标签，进一步微调



Step4.打包量级，推送投放

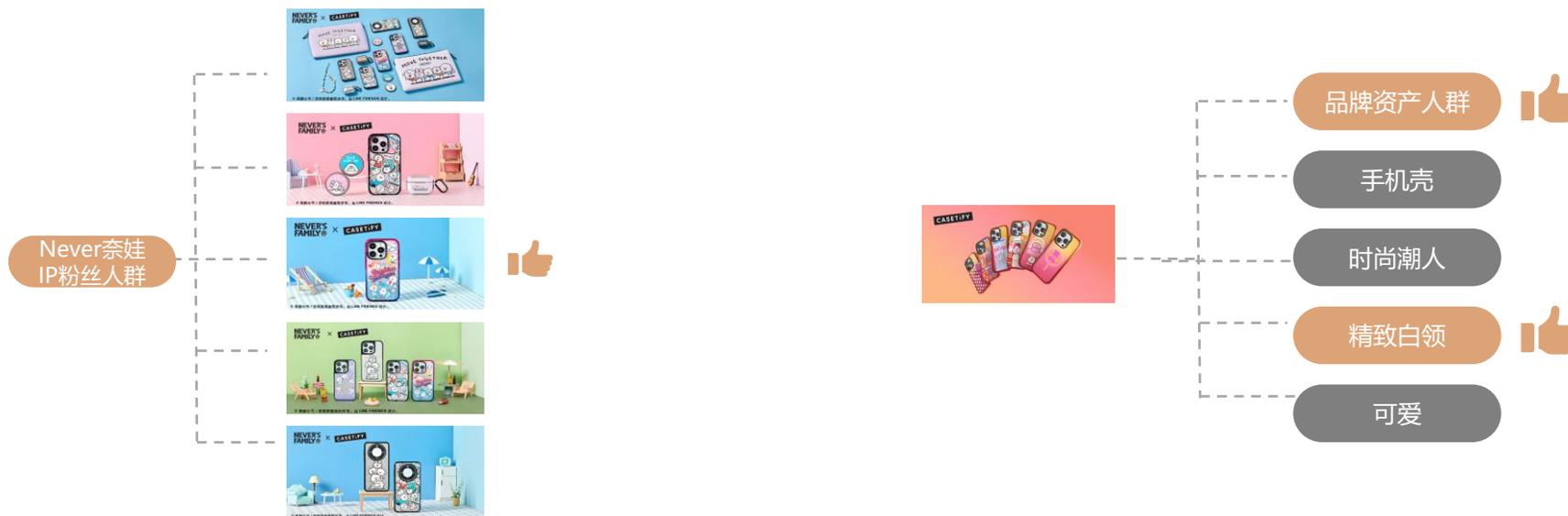


人货匹配

在人群、素材繁多的品牌投放中，通过每日数据反馈与分析，与客户共同摸索品牌优化模型，最终打磨出一套最适合CASETiFY的素材优化标准操作流程（SOP），迅速筛选出高效的人群投放策略在纷繁复杂的素材库中找到投放最优解。

对于**针对性较高**的素材，如IP联名款，将优先利用高相关度的人群（如：IP粉丝）来进行素材测试，同一人群同时投放多个版本来对比效果，优选最佳素材。

对于**通用性较高**的素材，如常规手机壳产品，将同一素材同时投放给多个潜力人群，在持续的测试中，若能够保持长久稳定的转化，则证明是契合该素材的目标受众。



品牌声量

大量拓展目标受众
打开内地市场

规划人群包40+个

全年触达品牌潜客

70Mil+

效果转化

大促人群包效果拔群
重要节点有效收割

D12 Campaign

ROI +83% (vs 投前 D12)

大促人群包 优于平均水平 +62% 

官网引流

精准投放提升点击效果
重定向加强品牌用户粘性

CTR 优于投前

+39%

(vs 原DSP投放)

品牌资产人群

CTR 高达4.2%

长效增长

超额达成客户预期,
实现ROI质的飞跃

整体ROI年增长

+60%

(2025年1月 vs 投前)