

数智突围，HUGO BOSS云图破局战

- **品牌名称：**HUGOBOSS
- **所属行业：**服饰类-奢侈品行业
- **执行时间：**2024.08.20-08.28
- **参选类别：**效果营销类

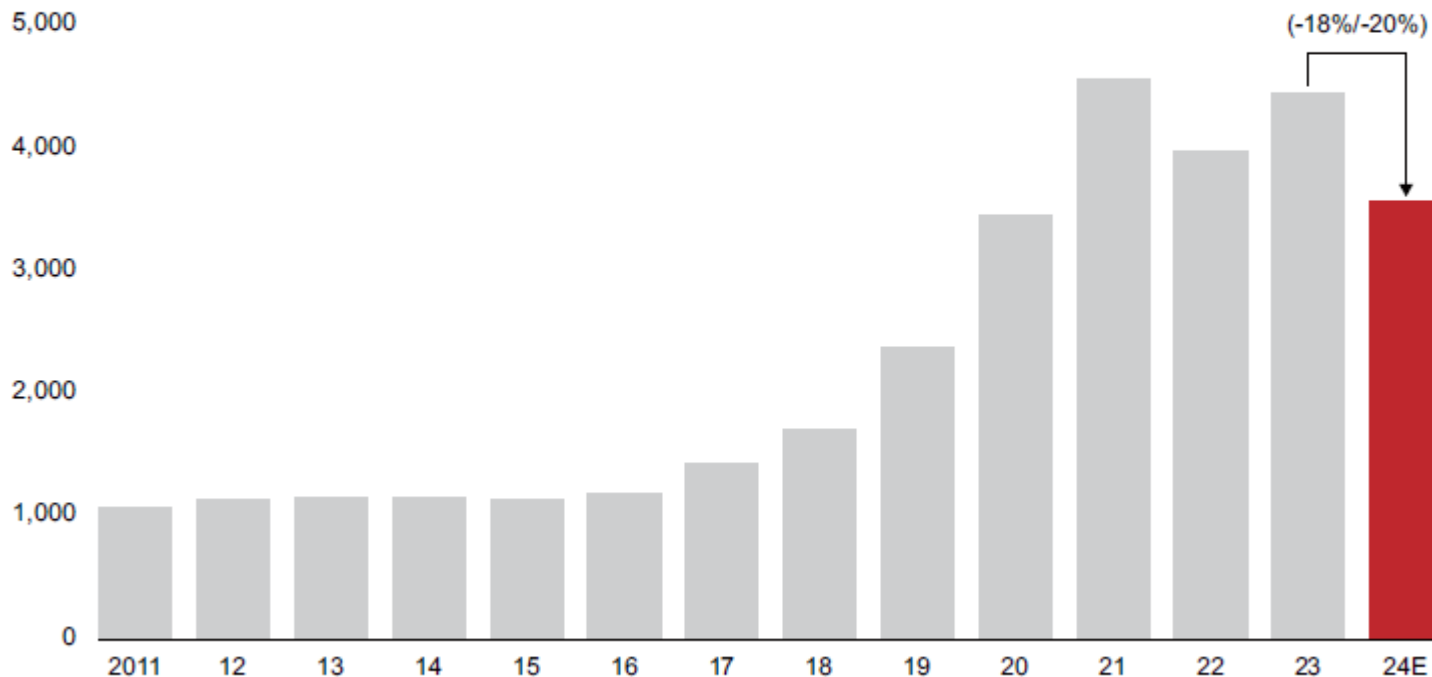
市场环境：

中国内地奢侈品市场在2024年风口退却，整体销售额同比下降18-20%。

行业面临预算紧缩与转化效率双重压力。品牌需在有限预算下突破常规投流效果瓶颈，拓展新客群体并提升电商销售转化。

图 1: 受消费者信心不足、消费外流加剧等因素的影响，2024年中国内地个人奢侈品市场销售额下降18%-20%

中国内地个人奢侈品市场销售额（亿元人民币）



资料来源：2024年贝恩-意大利奢侈品协会全球奢侈品报告；贝恩分析

品牌需求:

- 主推以奥运冠军汪顺代言的**BOSS Performance技能通勤系列**，强化“精英表现”产品心智。
- 以抖音旗舰店与微信小程序为核心阵地，实现品效协同的电商增量目标。

核心挑战:

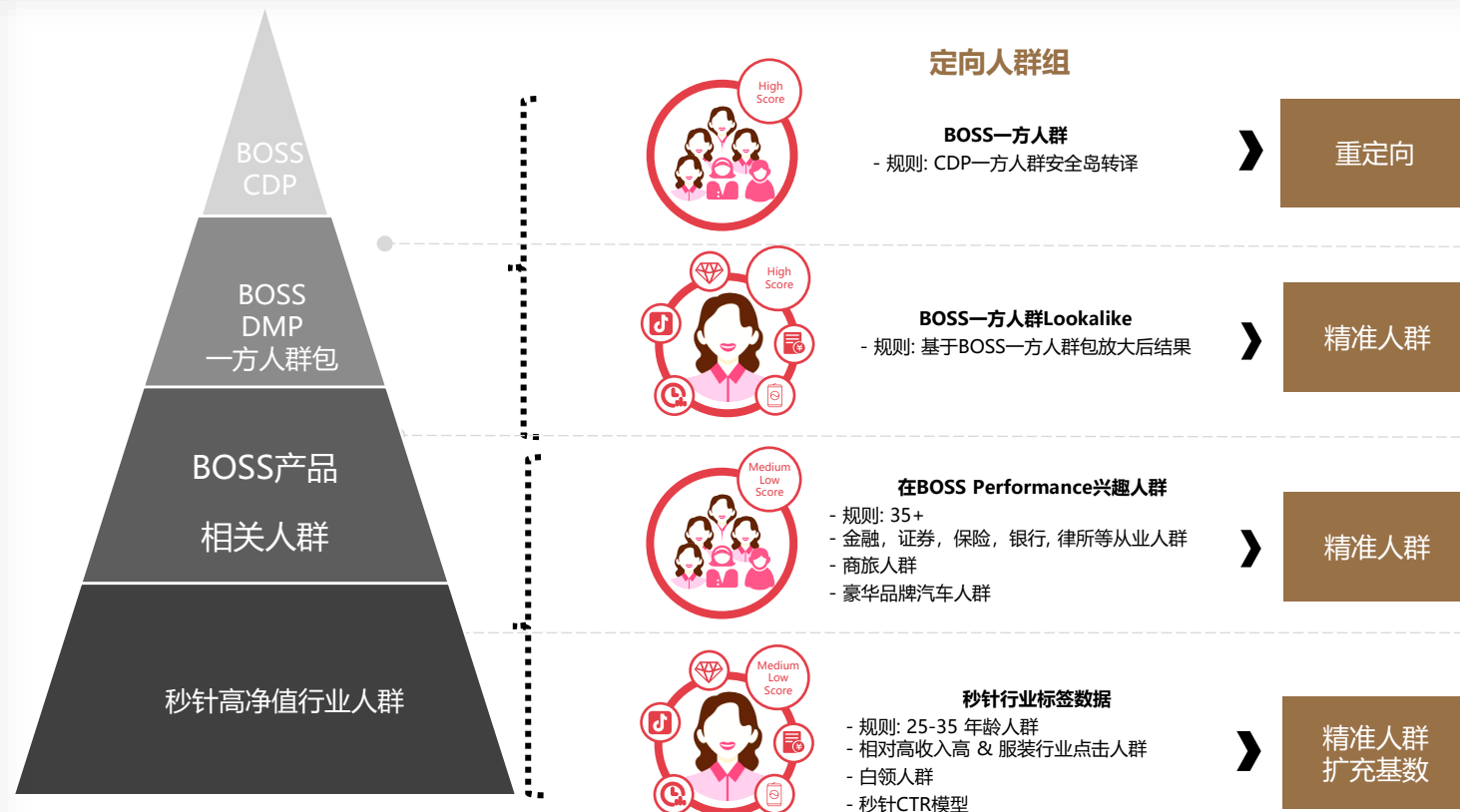
- 兴趣人群池收窄，传统投放模式ROI持续走低。
- 需构建可复用的数据驱动模型，突破奢侈品高客单转化壁垒。



BOSS

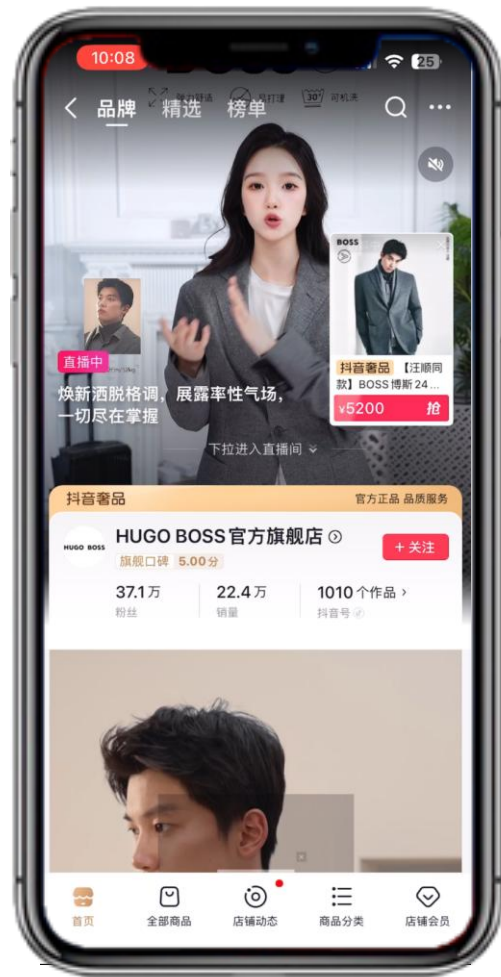
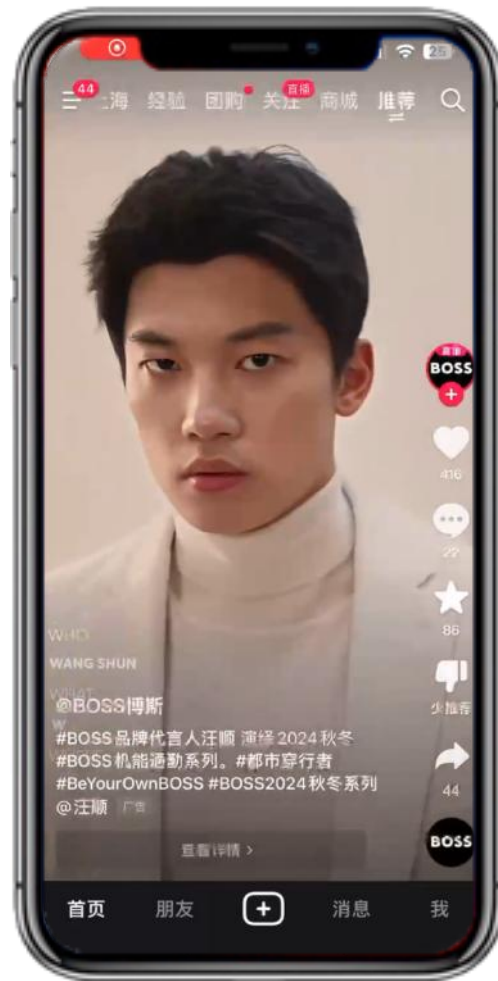
三方数据整合：

- 提取品牌CRM历史用户数据作为基础，结合第三方DMP（秒针）和抖音云图数据进行深入分析，准确挖掘潜在消费者群体。
- BOSS一方人群：高度匹配的核心用户，通过CDP精准筛选。
- BOSS一方Lookalike：利用相似用户模型扩展目标人群，提高广告触达率。
- BOSS Performance行业人群：锁定35岁以上的高价值职场人群（金融、法律、政府等领域），提升品牌认知。
- 秒针高净值行业人群：聚焦35-45岁男性高管、白领群体，优化投放内容和渠道。



动态投放与优化机制:

- **实时数据监测:**
建立标准化SOP, 根据转化效率实时更新人群包, 精准投放广告, 并剔除低活跃用户, 优化广告成本。
- **广告形式的灵活组合:**
利用抖音的广告资源, 包括Feed流广告、直播等多种形式, 设定精细化投放策略以提升整体广告效果



Douyin BOSS 官方旗舰店

投放链路：通过精准受众定位优化消费路径，提升店铺流量与转化率。

Douyin 信息流



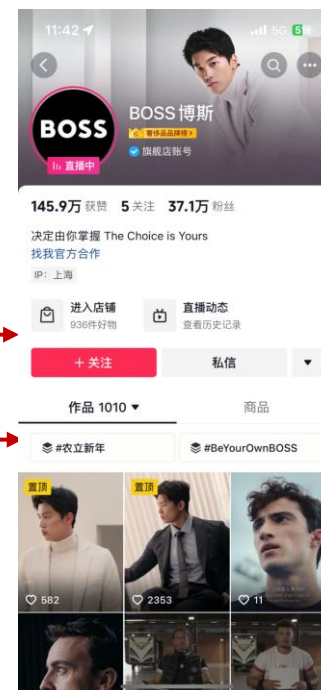
*Click to play

Douyin 搜索品专



*Click to play

Douyin 官方账号



抖音旗舰店



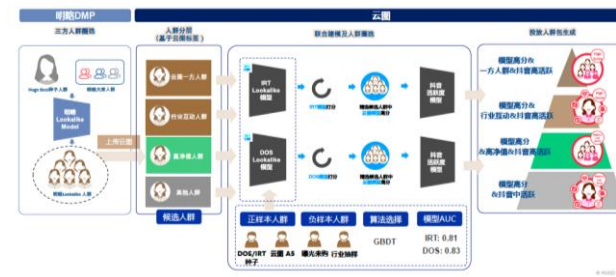
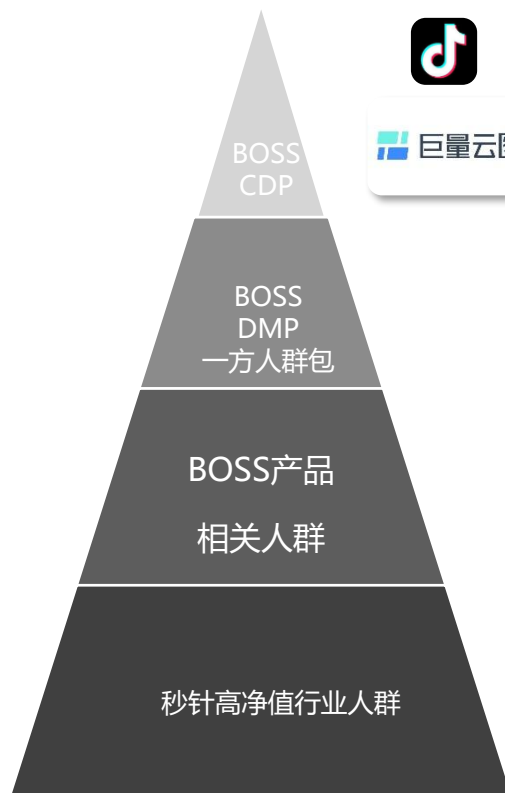
项目效果

ROI +859%

CVR +339%

AUP +125%

vs. historical brand performance ads



人群建模逻辑
(一方数据+ 抖音云图)

- CVR: 广告引流转化率 / AUP: 客单价。数据来源, 抖音巨量云图后端数据