



斯凯奇闪步鞋

分层人群运营，增量核心TA，借星立方助攻生意转化

挑战 / CHALLENGE

阶段目标需将产品突出重围，人群破圈，为品牌扩充人群资产，吸引潜在A3引导消费转化

亮点 / HIGHLIGHTS

分层人群匹配内容，对应人群痛点及易感场景输出精准内容，可视化“闪穿”技术，即种即收



抖音执行 / EXECUTION

1. 锚定目标TA：偏熟龄、家庭决策者
24-40岁（精致妈妈X精致白领X资深中产X小镇青年）

2. TA内容策略：分人群匹配内容

- ✓ 长辈礼抢占中老年群体，增量年轻人，扩大盘子
- ✓ 遛娃/孕期不便痛点场景，引导孕妈/宝妈转化
- ✓ 赶早八、懒人出行场景，触达职场/懒人易感人群

3. 星立方全面度量：

及时加推流量，灵活调整策略

增长7倍

抖音站内GMV

+229%

投放SA人群

+175%

投放A3人群

-91%

A3种草成本

-82%

互动成本