

伊利金领冠×京东 媒介通过数智工具实现全域增效

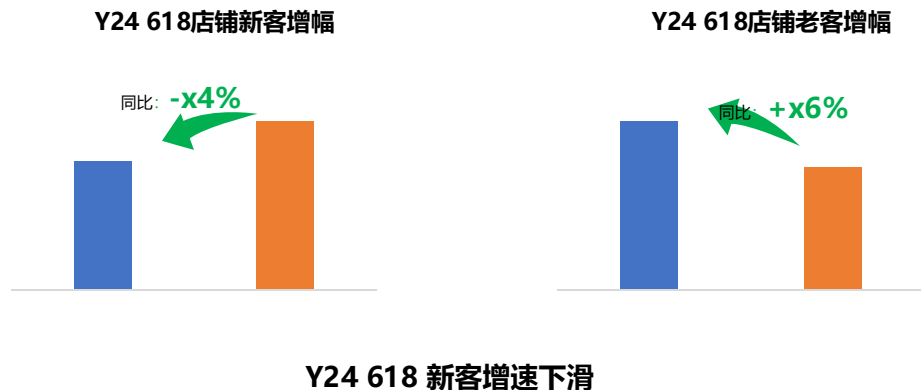
- **品牌名称：**伊利金领冠
- **所属行业：**母婴
- **执行时间：**2024.10.14-11.13
- **参选类别：**效果营销类

项目背景及目标

1 生意指标结构表现



2 大促期间购买人群表现



项目目标

一、媒介投放提效

通过**差异化货品规格投放**，细化媒介具体动作与执行链路，完成媒介指标，**并有效降低媒介成本**

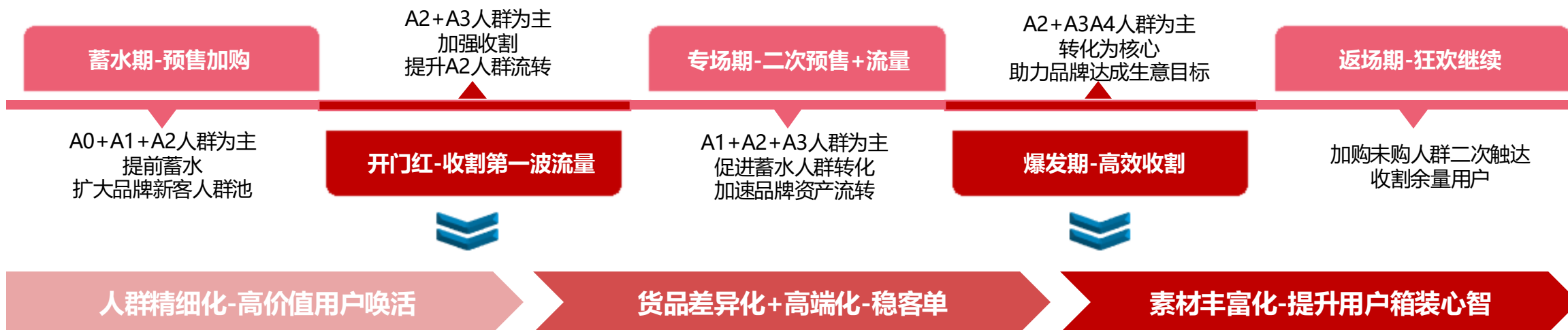
二、种草资源复用

前置**站外种草人群有效复用**，借助天链&营销云监测回流表现，并复用推送至**DMP**，实现人群资产回流及二次营销

三、新客人群挖掘

类目&跨类目市场持续渗透，借助**新客机制促进人群流转**，提升媒介新客引入贡献价值

策略1-差异化投放规格，配合店铺核心露出整箱购机制



3A&4A-用户留存

3A-老客+近期多次浏览/加购加关收藏未购

- 近半年/近1年购买品牌/品线+15/30天浏览加购搜索
- 秒杀/百补频道/活动购买我品用户

(投放中结合点击&转化效果验证购买周期, 不同阶段下60天/90天/180天购买效果不同)

4A-近半年/近1年多次购买我品用户

- 数坊推送多次购买我品用户

定制礼盒 差异化促销提销售 & 大包装 驱动生意增长




The screenshots show various promotional activities on e-commerce platforms, including:

- 1分钱锁定整箱加赠超值好礼** (1 cent to lock the whole box and get a super value gift)
- 买整箱加送** (Buy the whole box and get a gift)
- 11.11精选活动** (11.11 Selected Activities)
- 秒杀** (Flash Sale)
- 直播** (Live Broadcast)
- 优惠券** (Coupons)
- 满减** (Spend and Save)

策略2-全域人群回流触达，跑通多维度链路，实现人群资产回流及二次营销

种草链路

「人群反漏斗」



「种草人群识别」



媒介回流链路



针对推送回流人群，细化人群分层，制定差异化触达策略



策略3-分层聚类核心人群，攻克找新难题，找到潜客TA



目标用户层层下探，挖
掘我品潜客，顺应人群
特征推动策略输出

用户特征

靶群分析

消费喜好

城市等级 & 主要地域



人群画像



新锐白领、精致妈妈、资深中产等



高TGI类目



尿裤/尿布
喂养用具
玩具/婴童洗护

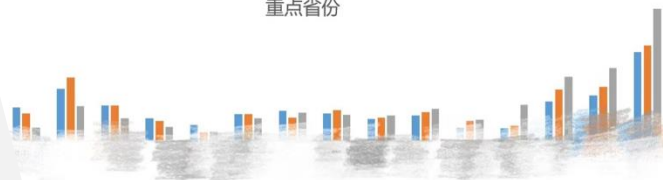


竞品用户

摇摆用户-抢竞拉新

地域专项

重点省份



媒介针对我品及竞品高购买地域加量触达

货品

渠道

素材



购物触点
H

京东快车
E

竞对专项

我品

&

优势
竞品

方向1 奶源

方向2 免疫

方向3 吸收

方向4 智力

媒介竞对触达的人群每15天由ISV推送人
群到媒介进行二次再营销

货品

渠道

素材



购物触点
H

执行1-差异化投放规格，投运配合店铺核心点对点发力

用户数据

塞纳牧转段表现

■ 塞纳牧转段率

2转3段、3段留存不及店铺整体

1转2段

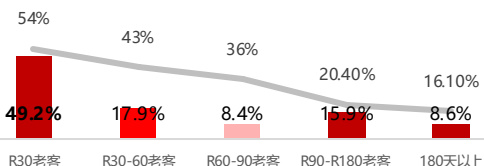
2转3段

3段留存

老客复购情况

金领冠老客复购周期

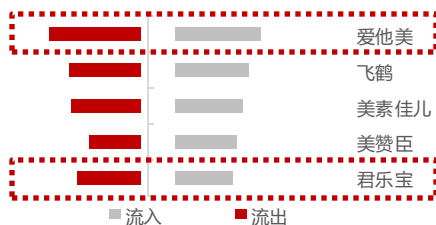
■ 复购占比 ■ 复购率



90天前老客为主要复购人群，
90-180天结合人群进行提醒唤醒

竞品流失特征

核心竞品流失方向



核心流出：
爱他美、飞鹤

高净值：
爱他美、君乐宝

人群&货品&渠道

针对1转2、2转3，3转4和儿童的人群进行沟通



×



购物触点



京东直投

针对近90天已购人群进行重点引导



×



购物触点



京东直投



购物触点



京东直投

创意&机制



转段优惠券

转段专属礼赠

转段前下阶段产品推送

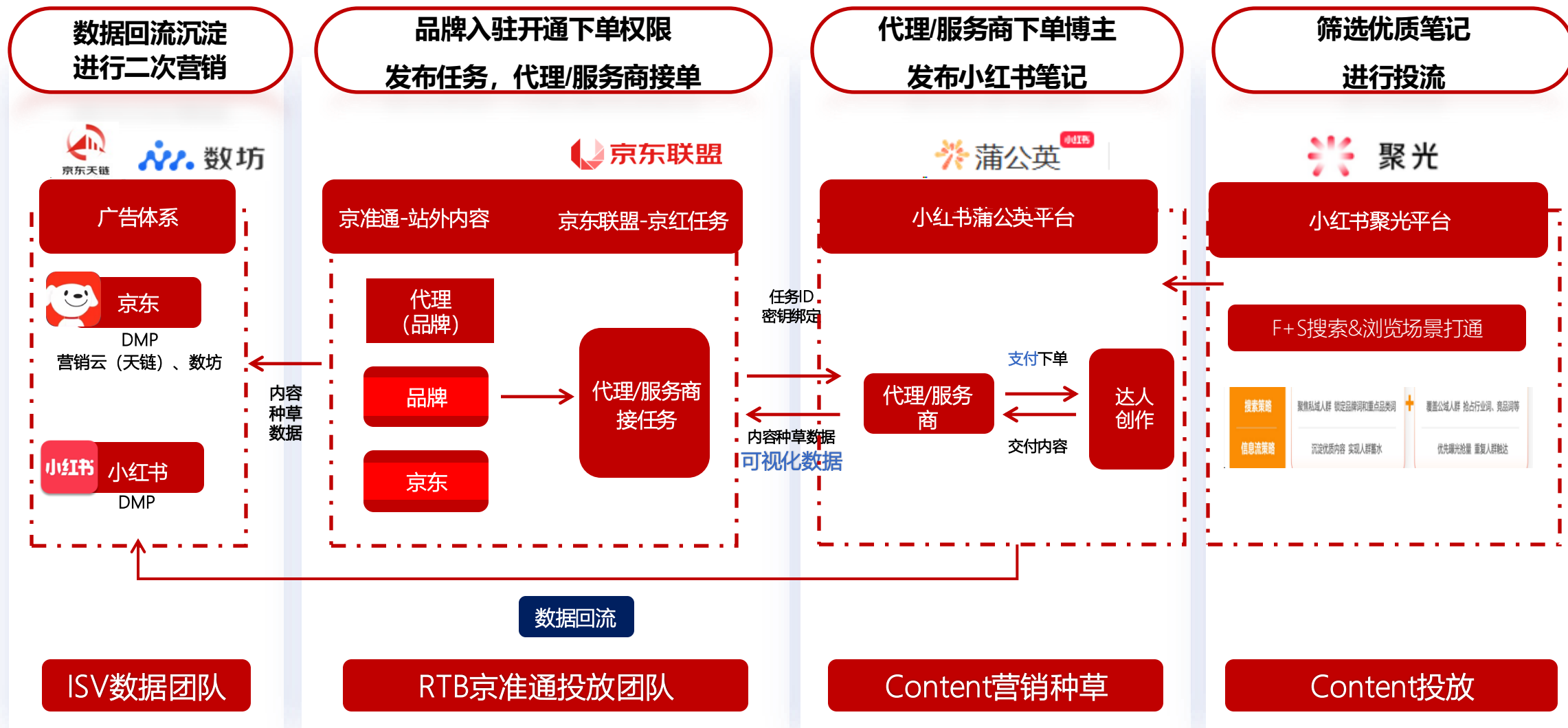
转段客服关怀



集罐有礼



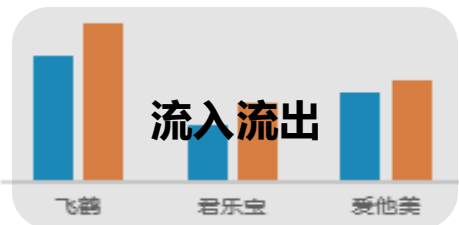
执行2-种草人群前后链路跑通提升人群资产及产出



执行3-多渠道、多场景联动，细化竞品打法，差异化切入拉新

100%落地执行+持续数据监控，逐步测试-验证-沟通再调整-应用，确定我品抢夺竞品用户优势

分产品线洞察



执行测试1：找到文案方向和最高效渠道



京东直投



购物触点



京东快车

执行测试2：找到明确细分文案和最适用场景



功能引导

买赠满赠引导，满足多种需求，进而扩大粉丝团体，提升用户忠诚度



场景化引导

素材露出对应氛围，从不同场景出发，吸引用户点击



情感引导

亲情引导&粉丝行为引导，促进用户与品牌产生情感共鸣



策略

监测指标

用户层层下探，找出机会竞品

监测周期测试

线上：3天为一周期，线下：7-15天一周期

竞对：加购率 文案方向：CTR

竞对：CVR/ROI 文案：CTR

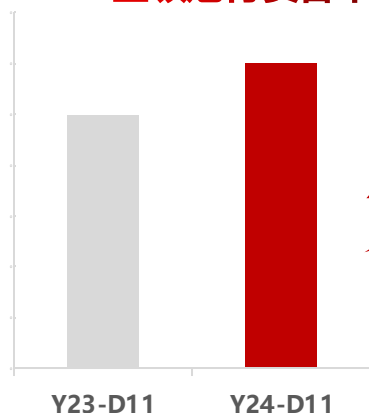
执行效果与数据说明

店铺销售同比+x0%，媒介引入新客同比大幅提升

付费客单价同比



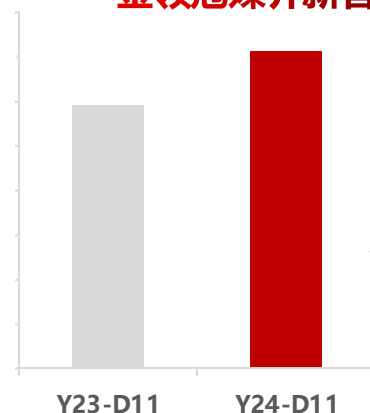
金领冠付费客单价



媒介新客同比



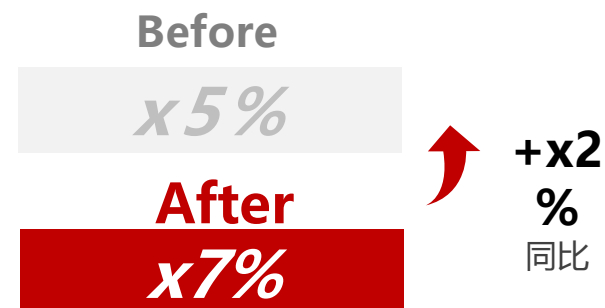
金领冠媒介新客同比



媒介购买人数贡献同比



金领冠媒介购买人数贡献同比



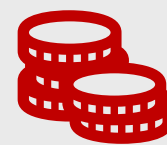
效果展示



点击
+x5%



站内成本
- x5%



ROI
+x9%

