

娇韵诗多品联合提升字节人群资产战役

- ◆ **品牌名称:** 娇韵诗
- ◆ **所属行业:** 美妆/护肤类
- ◆ **执行时间:** 2023.04-06.18
- ◆ **参选类别:** 数智营销类

在娇韵诗历史抖音投放中，对于5A人群资产中的A1A2增长较为明显，但重要指标A3的增长缓慢，而A3的后端购买转化的效率较高，因此需要针对A3提升调整和重组策略。

传播目标：希望针对A3进行提效，扩大资产量级，加强闭环收割。

通过字节云图中的**全域价值度量工具**，上传不同渠道详细的销售数据，在整体生意的视角下还原抖音广告投放的真正价值，从而更加合理和高效的进行投放决策。



抖音的品牌曝光有超过70%外溢GMV，且对线下的影响大于天猫



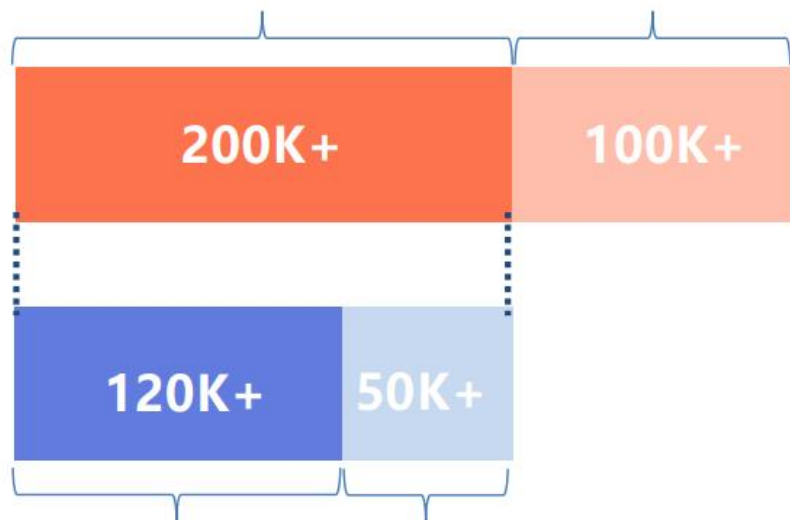
数据来源：娇韵诗云图后台全域度量

Q2天猫和线下新客中，42%的人被抖音广告触达过

Q2 vs Q1在抖音**更精准、更高覆盖、更高频次**下，在平台可被识别的天猫和线下新客中有超60%新客被娇韵诗品牌广告触达过

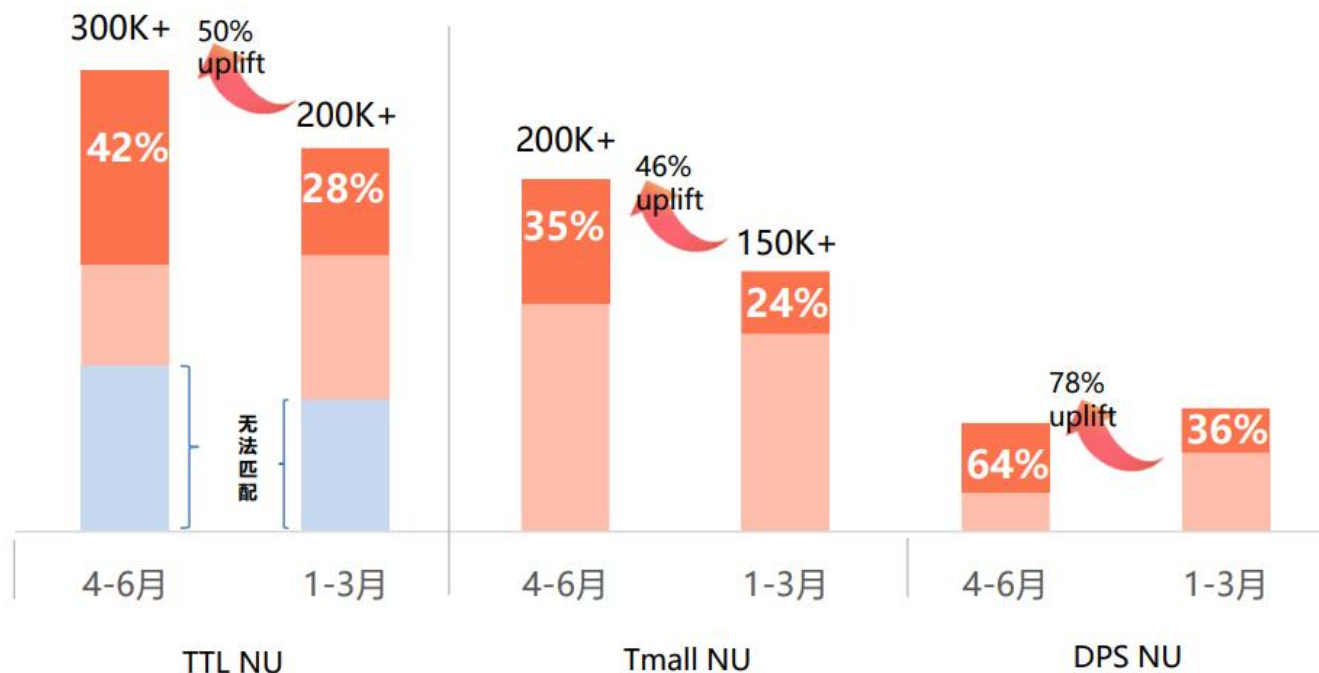
可被云图匹配的新客
比例：**超60%**

无法匹配



超65%的外溢新客
被抖音广告触达过

H1新客外溢明细



1. 针对抖音这个“品销合一”的平台，需要从多重视角评估其价值贡献。
2. 在高频策略的框架下，需要更精细化的分平台、分品、分人群的频次设定。

因此，我们联合娇韵诗各个品线进行同步组合投放。通过协同品效星推的人群包，利用合约+竞价投放作为联合抓手，通过优化频次和覆盖的方式进行提效。

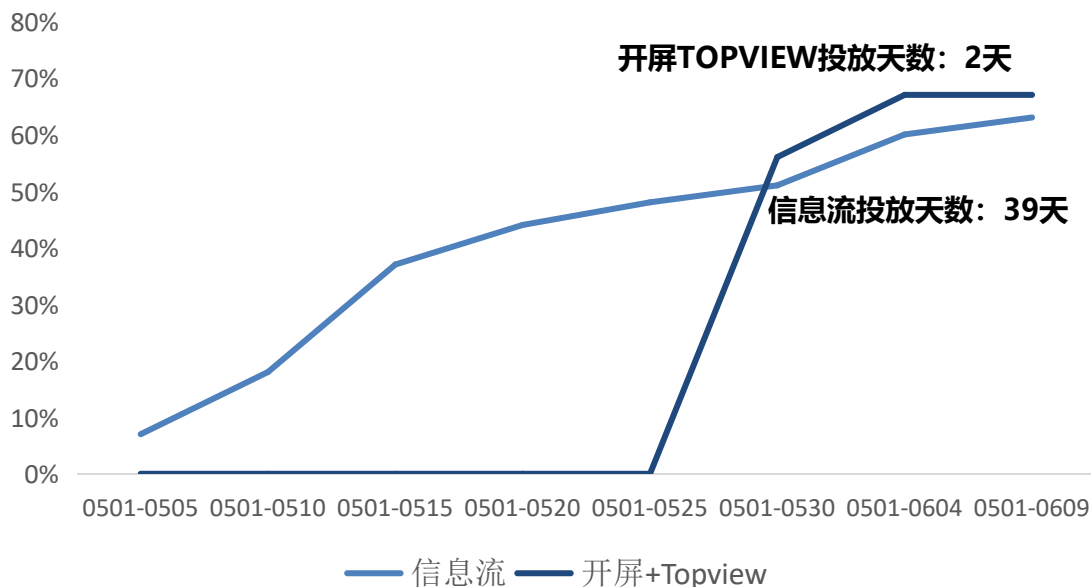
触点形式优化，从而获得更高的转化效率

触点形式优化

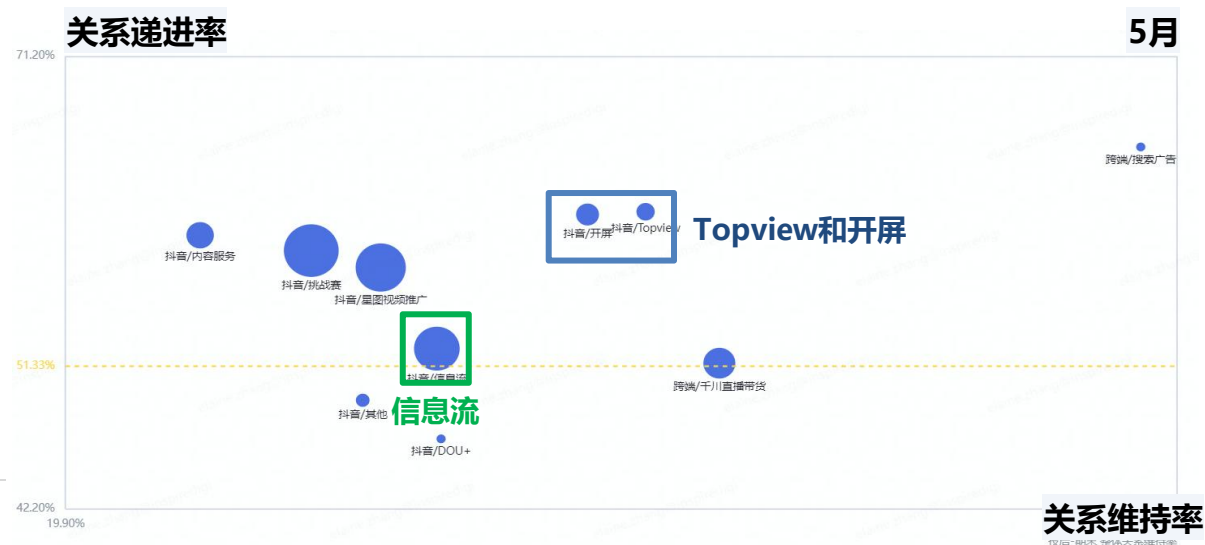
根据实际转化数据对比，同人群下，TOPVIEW能够迅速达成最大化目标人群的覆盖，同时转化率更高

TOPVIEW能够迅速达成最大化目标人群的覆盖

开屏TOPVIEW VS 信息流 Reach

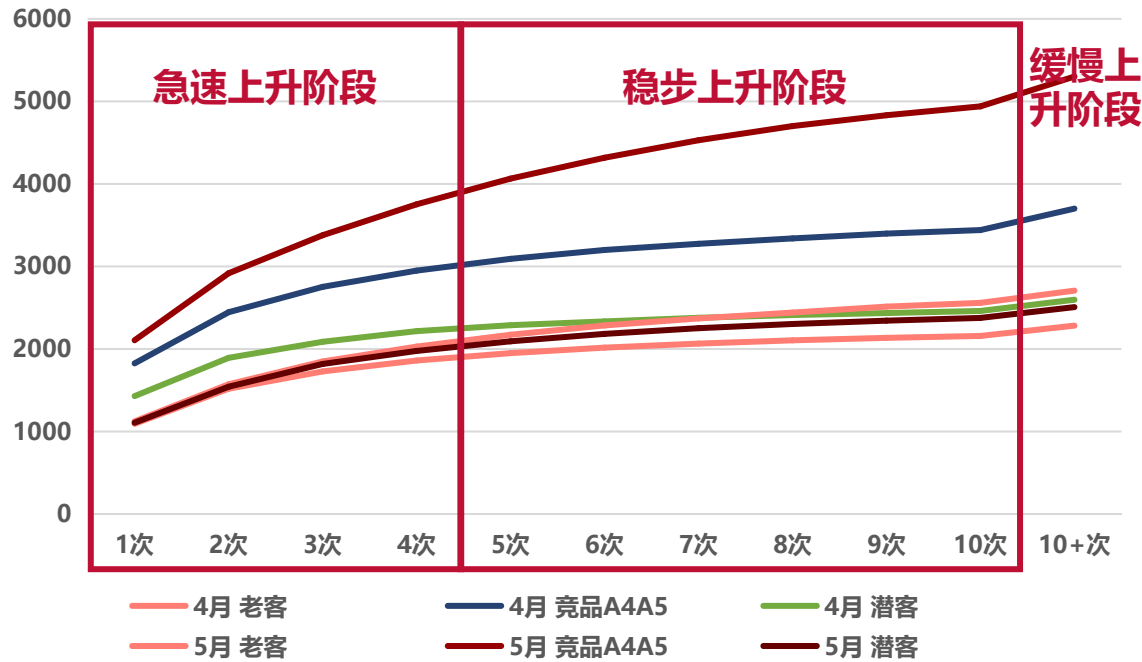


TOPVIEW由于CTR和广告位序优先级更高，因此转化率更高

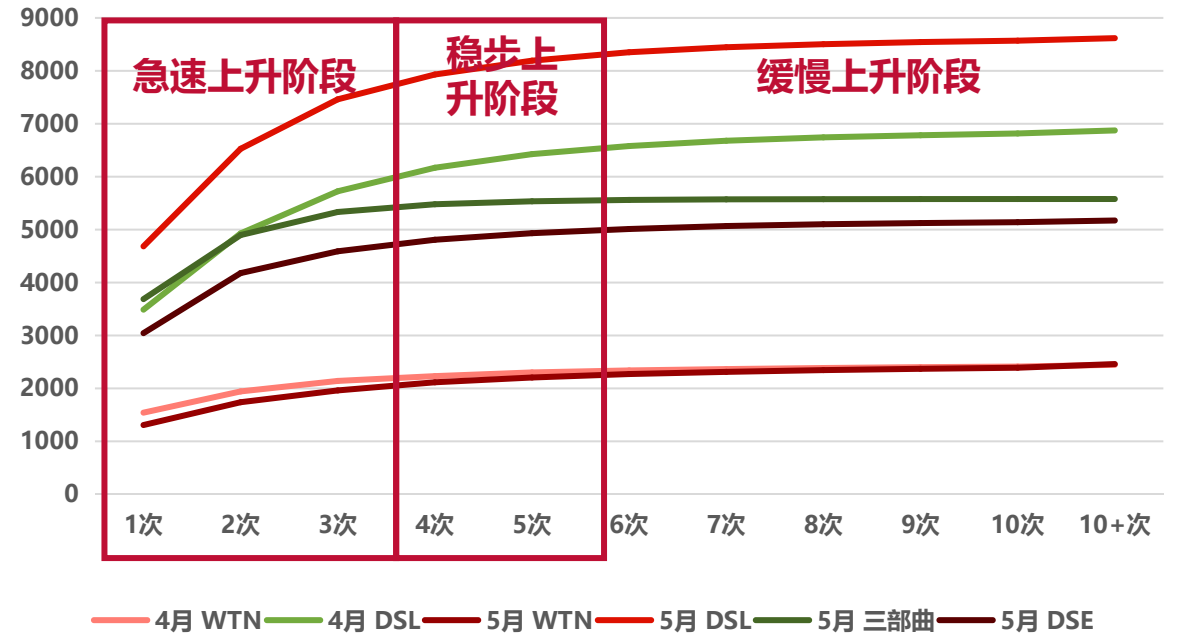


定制频次定制化，确保品效星推合力高频精准触达用户

曝光频次 VS 购买次数



高意向-曝光频次 VS 购买次数



Step 1

通过打造小蓝词和品牌专区以提升官号搜索和访问。

Step 2

提高星图和内容加推的投资，提升主页访问。

Step 3

优化触点形式，定制频次，确保品效星推合力高频精准触达用户



- ✓ 各品线人群包的触达超过50%，频次超过3次；整体触达超过10+70%
- ✓ 截止4月底，娇韵诗字节人群资产A3增长率超过250%，超越对标竞品均值

