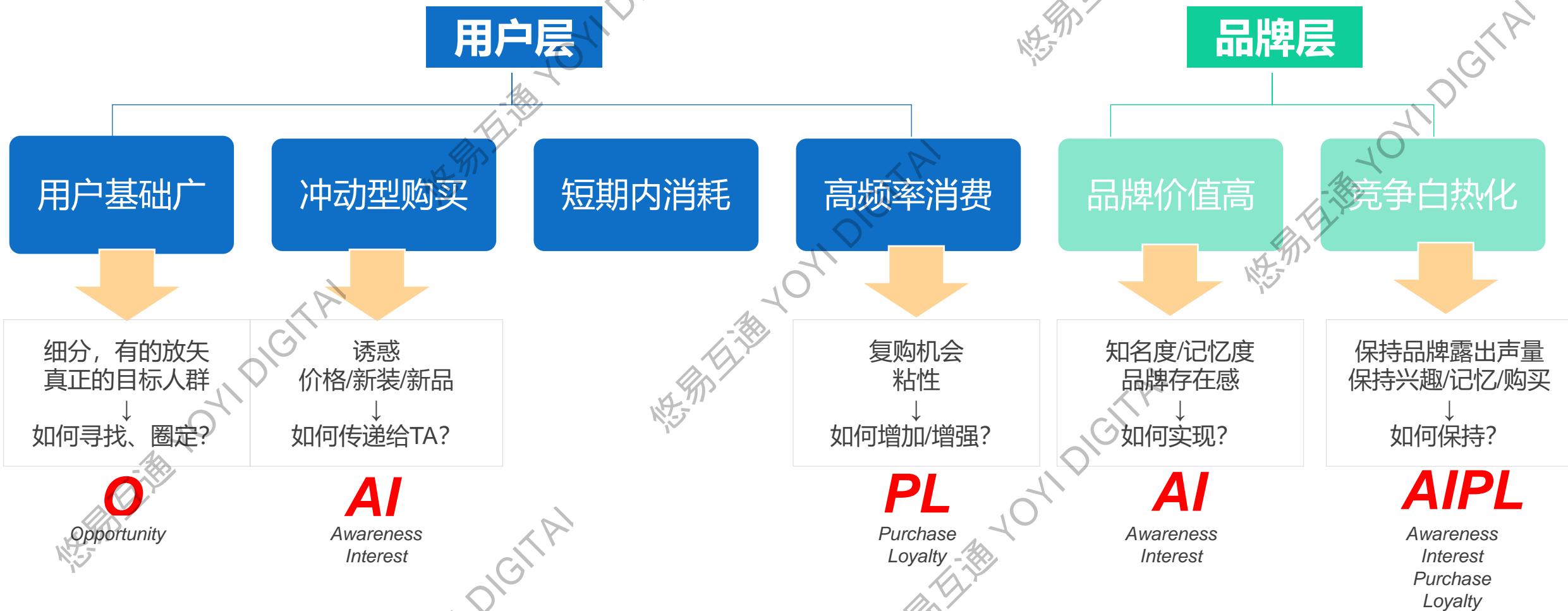


快消零售行业解决方案

2021年10月

快消行业的特点，也是快消品牌面临的痛点



YOYI解决方案：基于用户旅程 串联OAIPL，实现快消品牌增长



数据+产品，全域联动撬动业务增长



人群筛选

挑选匹配产品特性的人群
数倍提升传播效率，事半功倍



流量延展

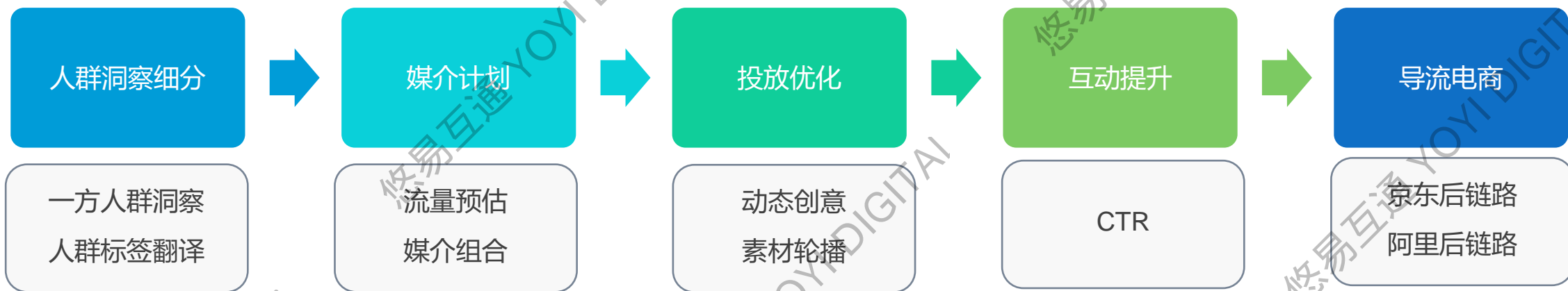
广告+创意
提升用户注意力，占据特性、抢占心智



长期阵地

依托私域运营
构建关系、留存、活跃、复购的良性循环

案例1：某知名洗涤品牌，一方数据洞察、精细化人群运营，个性化沟通，促进后续互动及转化



Campaign投放优化:

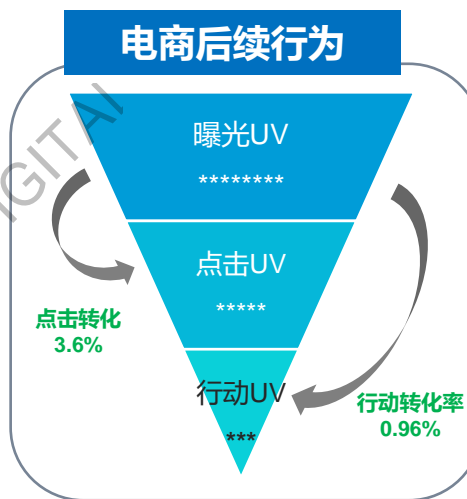
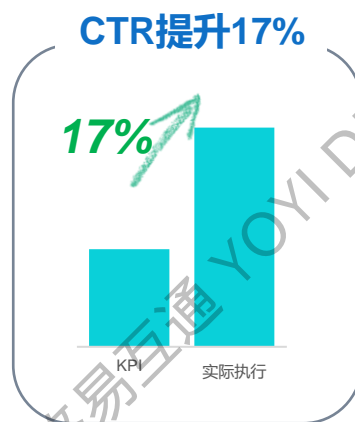
人群洞察细分

一方人群洞察
人群细分: **6个人群**

媒体优化

一方人群触媒习惯分析, **增加芒果TV**

多版素材



案例2：筛选沉睡目标人群，结合人群特征、多创意多形式全网唤醒，引流电商平台再影响



多手段排老客拉新客

- YOYI细分四大类目标人群
 - a) 送礼人群+天猫淘宝月度活跃频次<30次/月
 - b) 美妆护肤+天猫淘宝月度活跃频次<30次/月
 - c) 年轻白领+天猫淘宝月度活跃频次<30次/月
 - d) 追星粉丝+天猫淘宝月度活跃频次<30次/月
- 非抖音快手用户

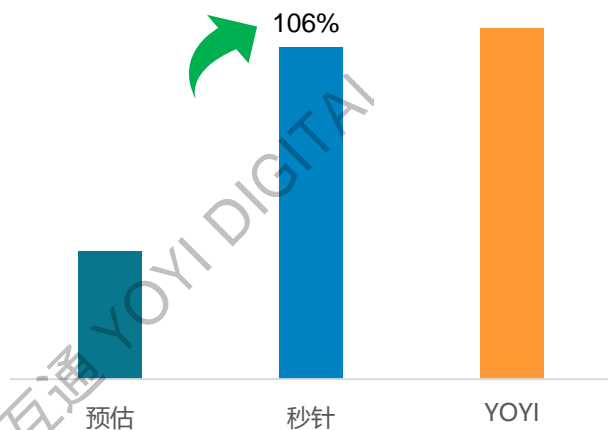
持续影响已曝光用户

数据指导，人群+媒体+创意+广告形式多维度优化
对已曝光用户持续追投促成转化

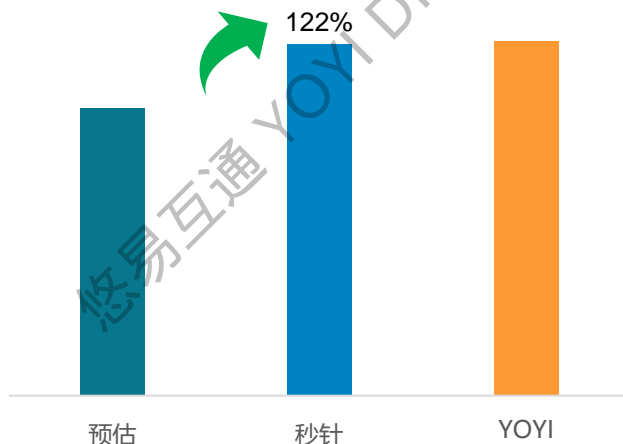
整体执行结果

➤ 曝光、点击超预期完成；ROI实现既定目标：实时ROI **1.04**，回溯15天ROI **4.49**

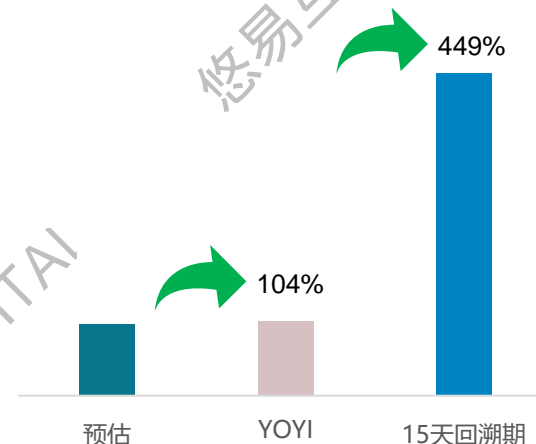
曝光完成表现



点击完成表现

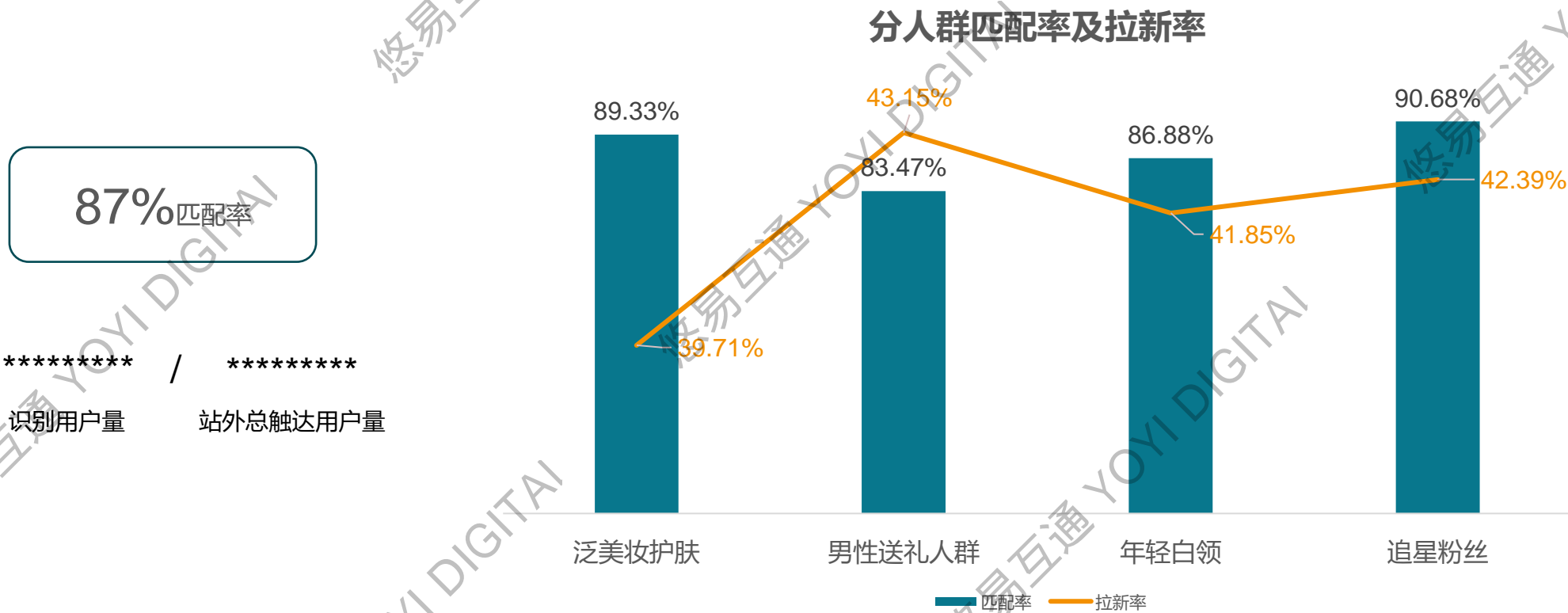


购买金额



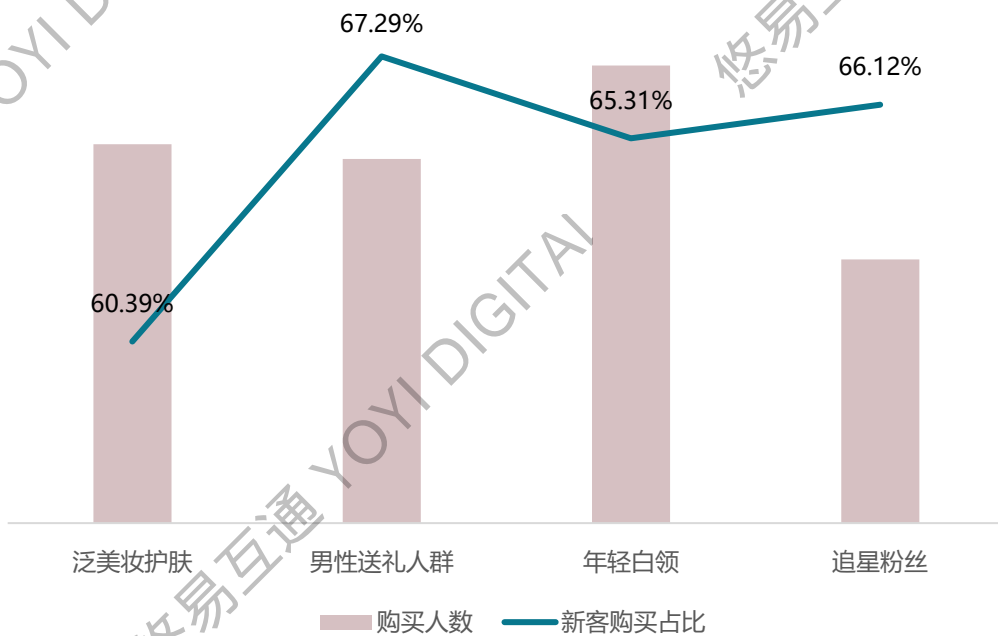
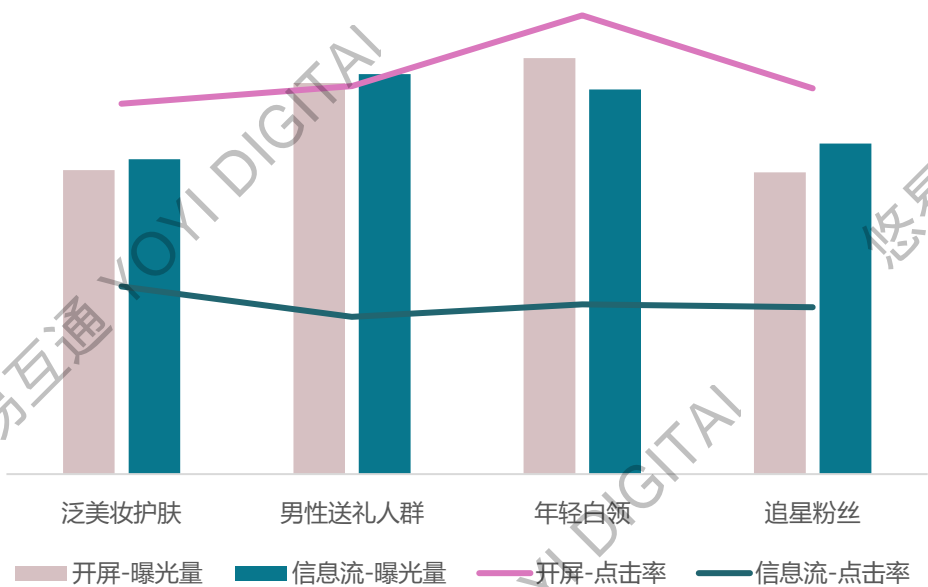
拉新分析：男性送礼人群、追星粉丝人群拉新率更高，拉新潜力更高

- YOYI 四人群与databank 匹配率达到87%，整体匹配率较高，其中追星粉丝、泛美妆护肤人群匹配率相对更高；
- 细分四大人群，**男性送礼人群、追星粉丝人群**拉新率较高，此两类人群拉新潜力更高；



转化分析：年轻白领、泛美妆护肤人群购买潜力大，男性送礼人群、追星粉丝人群新客购买潜力高

- 整体表现看，**年轻白领**人群的点击效果明显优于其他人群；
- 开屏形式中，**年轻白领**人群的点击效果优于其他人群；
- 信息流形式中，**泛美妆护肤**人群的点击效果略好。
- 从购买数据表现看，**年轻白领、泛美妆护肤**人群的购买人数较多，但新客购买占比相对较低；
- **男性送礼人群、追星粉丝**人群新客购买占比较高，此两类人群新客购买潜力更高。



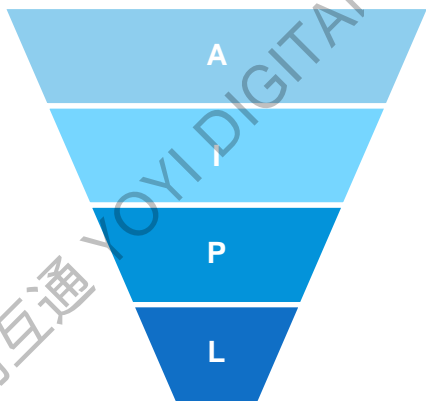
案例3：人群洞察细分+流量优化组合，数据全链路营销提效，实现品牌大促品效收割

联动YOYI及电商数据前后链路，精准站外拉新，数据实时监测及复盘沉淀，优化大促不同阶段投放人群和素材策略



投放目标

核心单品/全店
指标规划



效果计算：品牌 / 全店 / 单品

Databank+YOYI 洞察
细分6类人群

- 人群1 大促活跃
- 人群2 种草尝鲜
- 人群3 IP粉丝
- 人群4 加班熬夜
- 人群5 韩妆拥趸
- 人群6 泛美妆护肤

媒介组合与
预算分配

媒介触点	预算分配
新闻类	25%
视频类	10%
美图类	18%
工具类	7%
社交类	5%
音频类	10%
生活类	15%
娱乐类	10%

衡量优化

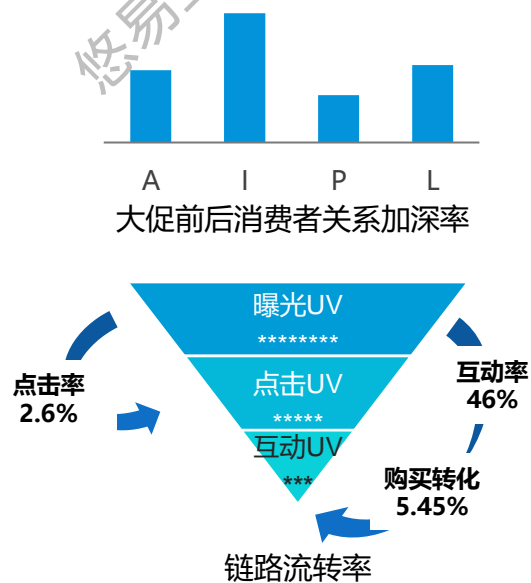
YOYI PLUS 投放
数据回流

媒体追踪		素材追踪	
进店	加购	进店	加购
优	优	优	优
差	优	差	优
优	差	优	差
差	优	差	优
...

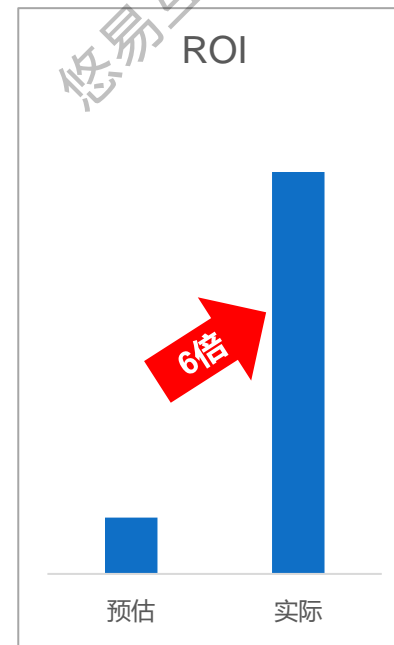
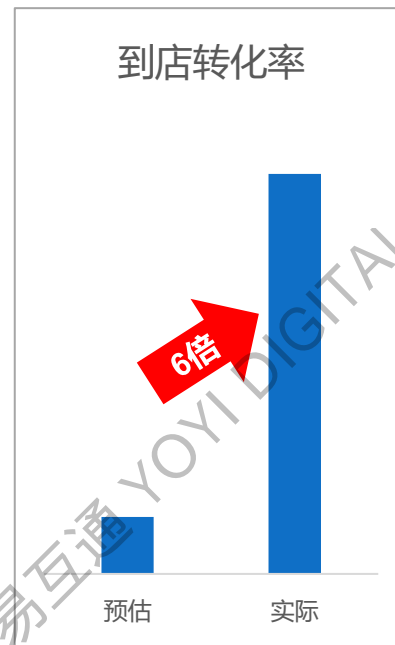
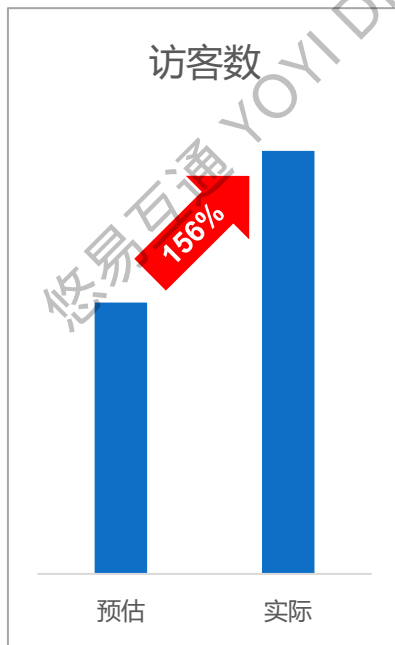
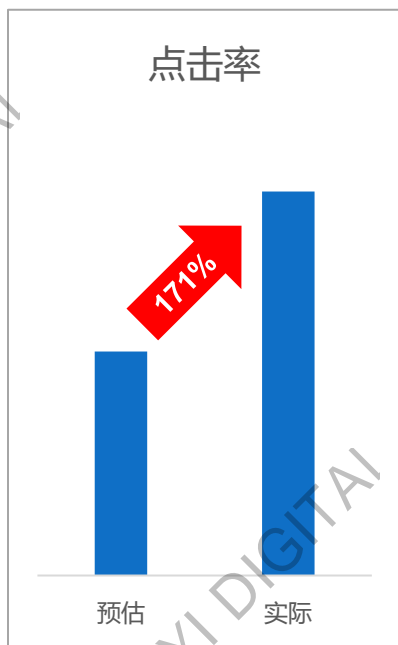
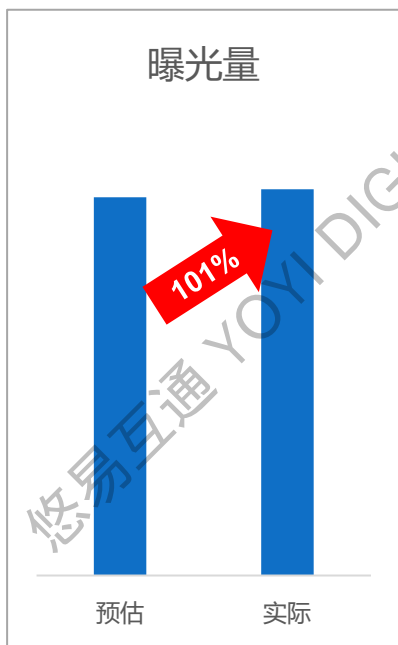
素材&媒介调整

复盘沉淀

KPI效果验证
人群复盘及沉淀



结果：达成品牌曝光到后端转化的全链路效果



全域
智能营销
引领者



了解更多资讯



联系专属客服