



数变奢侈品营销新增长

悠易互通 × 联邦学习 突破传统奢侈品营销模式

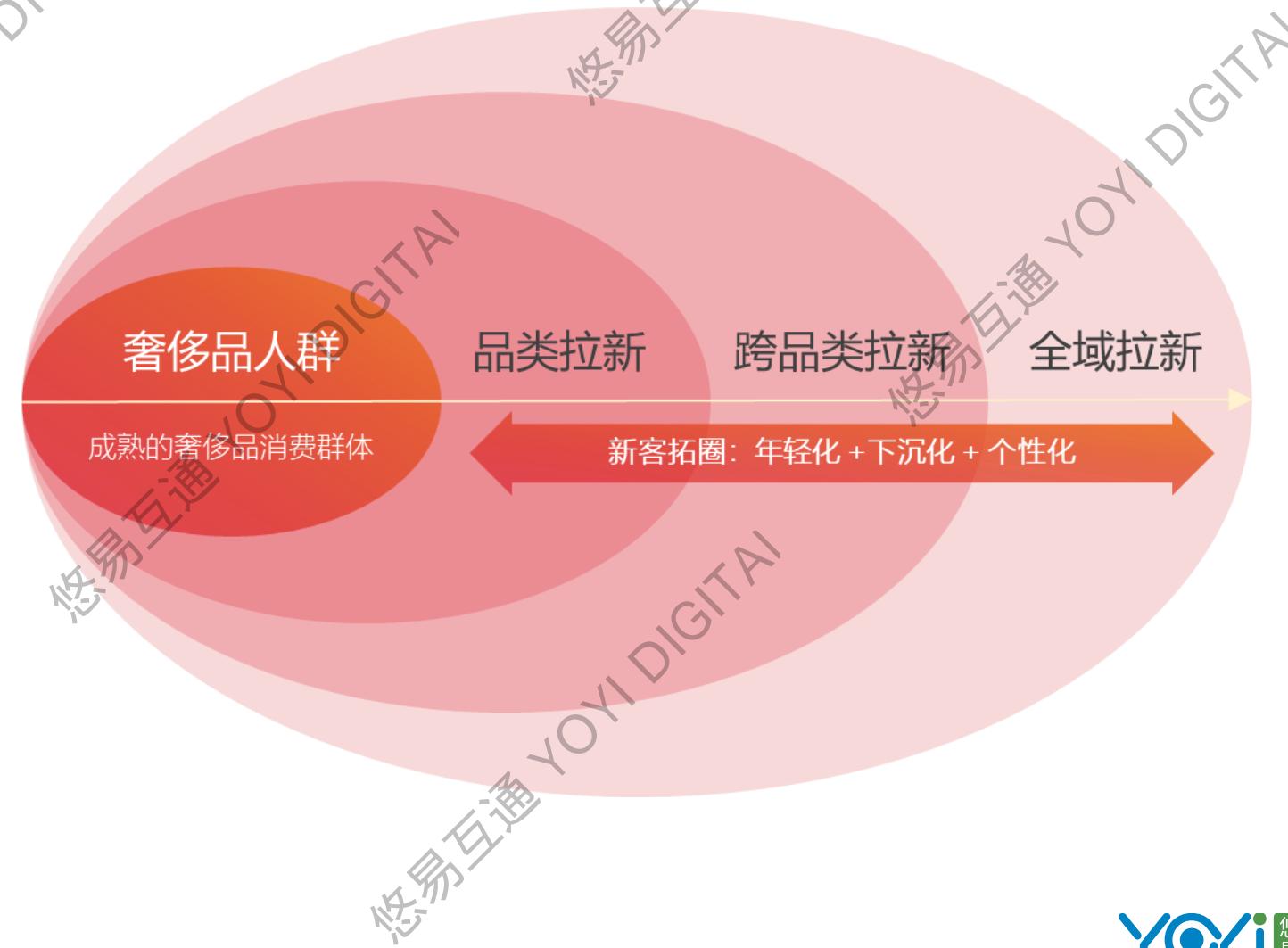
悠易互通

背景诠释

奢侈品作为价值/品质关系比值最高的商品，一直是高端、品质的象征。

而近年来，中国市场的高购买力正在持续年轻化、下沉化，奢侈品传统固有的营销思路遇到挑战。

如何抓住新市场机遇，
将奢侈品消费者分层拓圈



目标

全年目标

01 | 从高冷到亲民

奢侈品固有的营销模式一直是以高大上的形象Touch消费者，可是真的能打动更年轻、更下沉的消费族群吗

02 | 打市场差异化

下沉市场与一线市场的消费者存在诸多差异，包括人群、关注点、品牌喜好等，如何精准分层拓圈并展开差异化营销

03 | 品效双线增长

营销技术突破，带来更好的消费者体验，实现品牌认知与带货双线增长

挑战

转化效率需要有新突破

奢侈品成本高，选品难度大

如何切入网红经济的红利

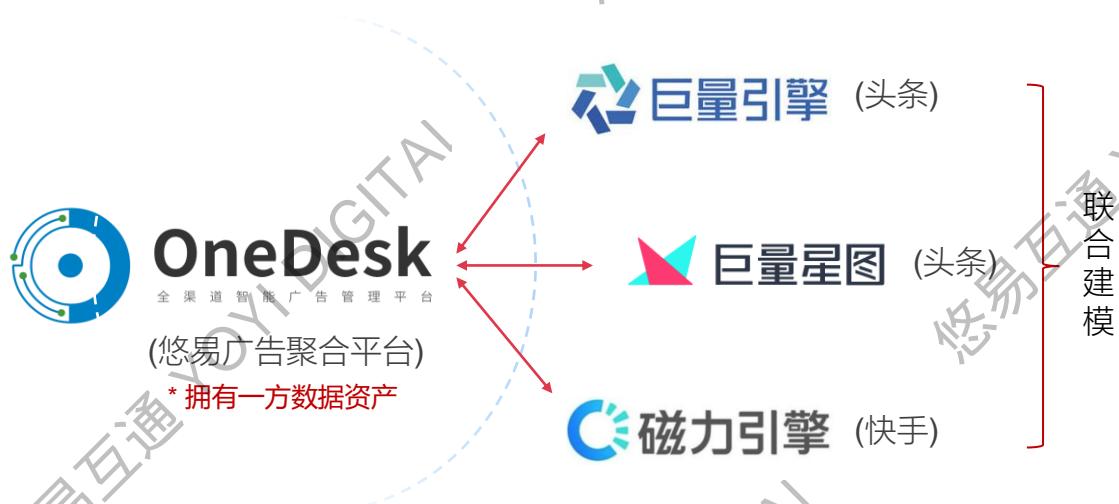


数据壁垒突破

联邦学习

突破独立平台的数据壁垒，跨平台构建消费者模型

悠易(OneDesk) 联合头条(巨量引擎 / 巨量星图) + 快手(磁力引擎)，实现联合建模



实现人群拓圈

传统奢侈品人群

正负样本建模

拓圈奢侈品人群

Z世代

轻奢一族

潮牌专家

旅行达人

* 以上仅为示例，核心联合建模人群脱敏

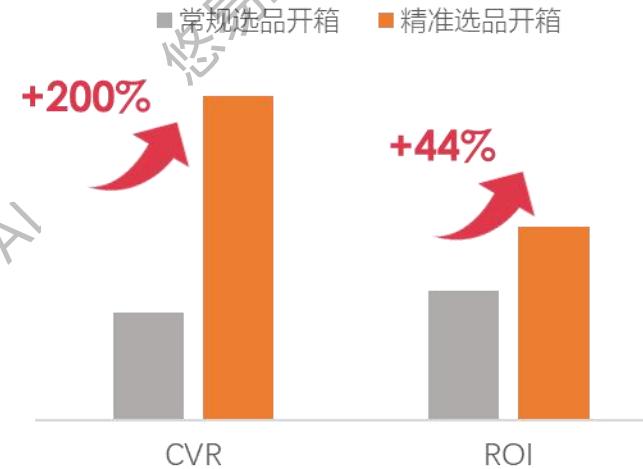
营销方式突破

精准选品 — 奢侈品开箱



奢侈品开箱成本极高，通过主观选品或爆款推荐很难把控成本和效果
悠易通过联邦数据分析，实现更高效的精准选品

启用精准选品模型前后效果

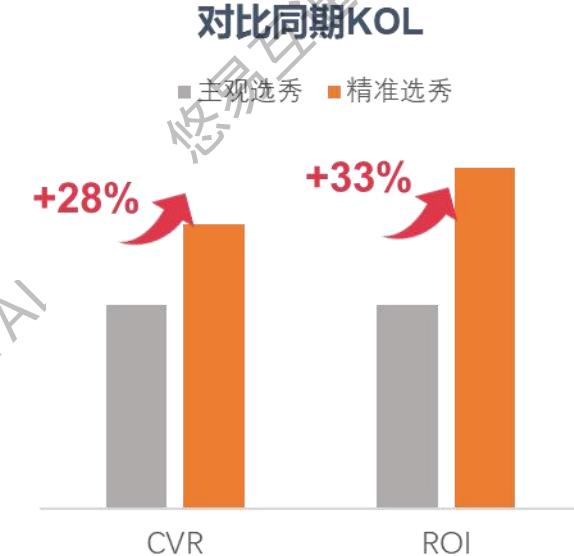
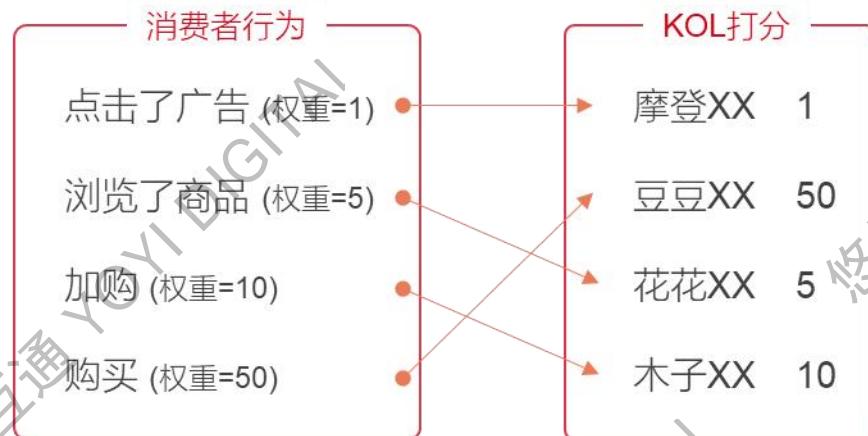


* 数据来源：悠易 & 客户

网红经济突破

KOL“选秀” — 网红经济

如何挑选合适的KOL也是一大难题，包括成本、流量、粉丝契合度等都需与品牌Match
悠易联合巨量星图，用大数据进行“选秀”



* 数据来源：悠易 & 客户

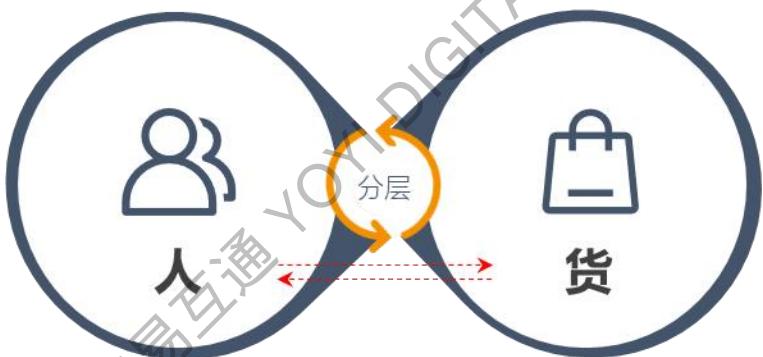
动态创意突破

分层沟通

不同市场及不同人群，对品牌、价格、促销等均存在差异
悠易结合大数据能力，结合上百创意与不同市场人群进行分层沟通



对接全量访客行为数据
对接全量商品库数据



- 脚本设计
- 选角/选品
- 内容创作
- 创意特色

YOYI推荐算法

亲民

FARFETCH

发发奇

发发奇

同款时尚单品吧

00:34

开箱



高冷



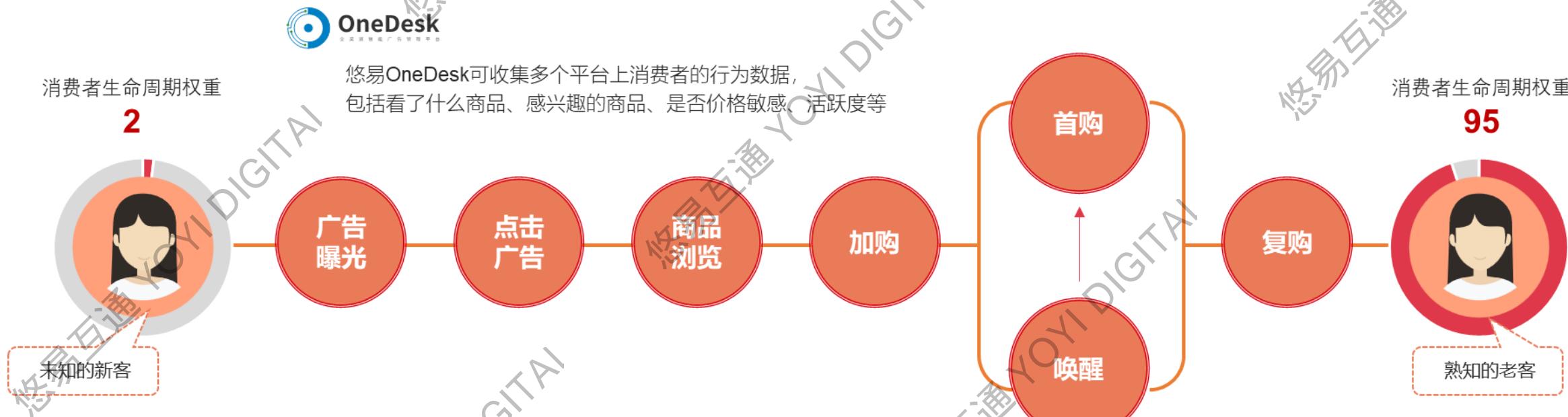
KOL

YOYI 悠易

全链路数据打通

消费者生命周期

只有了解消费者才能更好的服务消费者
悠易OneDesk实现消费者生命周期全链路数据打通



整体优化表现

运营效率持续提升

人群优化

加购成本下降 **34%**

成单成本下降 **57%**

市场拓圈

拓圈二线市场，并开发出具有增量空间的新重点市场

创意优化

CTR提升 **13%**

CVR提升 **158%**

KOL优选

CVR提升 **255%**

ROI提升 **84%**

* 数据来源：悠易 & 客户

同比增长明显

转化效率同比成倍增长，赢得客户更多信赖

Y2021 vs Y2020 4-5月同比增长

■ Y2020(Apr, May) ■ Y2021(Apr, May)

+170%

+148%

+2090%

CVR

ROI

Budget

* 数据来源：悠易 & 客户

案例分析

数变奢侈品营销新增六

数据模型丰富了

运营效率提升了

网红价值变高了

联邦学习

精准选品

精选KOL

- ✓ 品牌变亲民了
- ✓ 市场变多元了
- ✓ 转化变高效了

全域
智能营销
引领者



了解更多资讯



联系专属客服