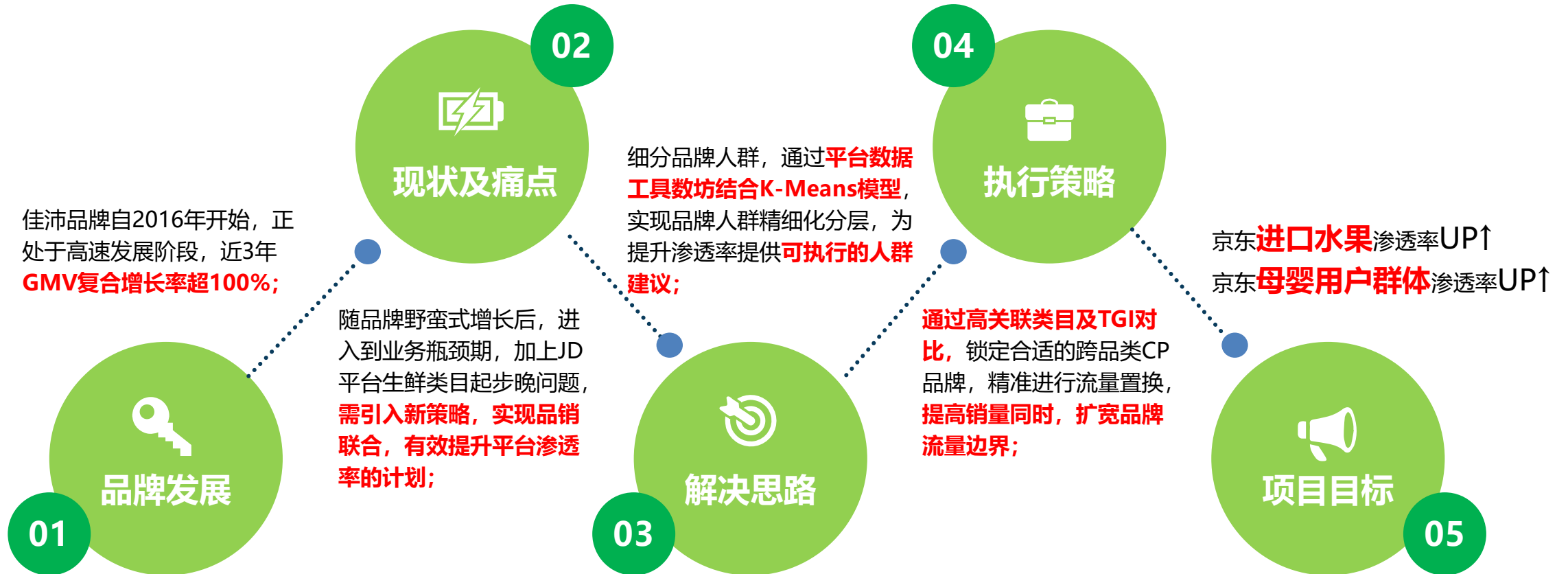
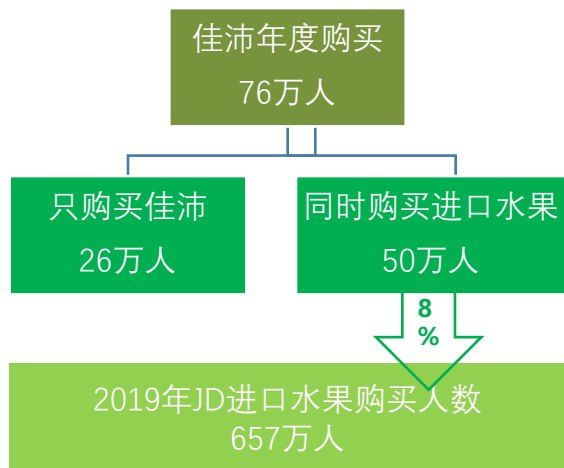


# 数据驱动跨界营销，提高佳沛京东渗透

- ◆ **品牌名称：**佳沛
- ◆ **所属行业：**生鲜-进口水果
- ◆ **执行时间：**2020.07.01-08.31
- ◆ **参选类别：**大数据营销类

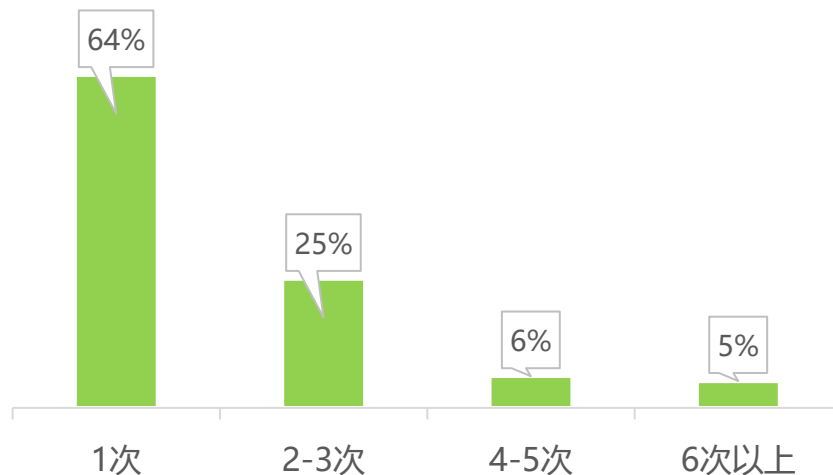


## 市场份额洞察



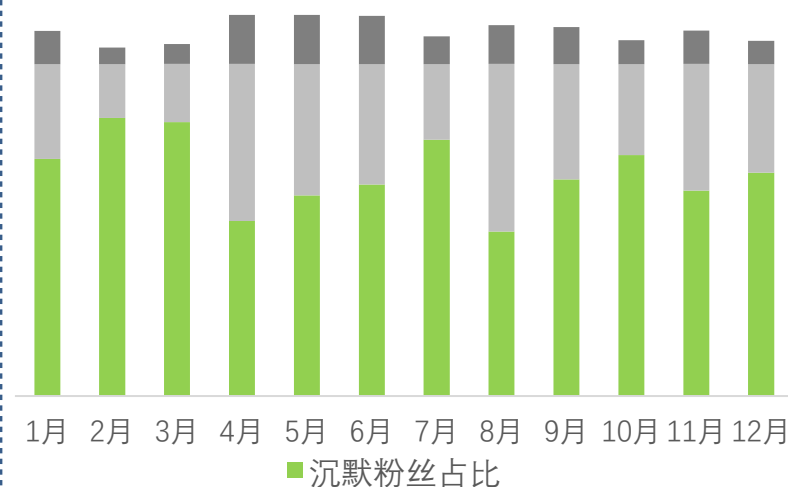
进口水果市场潜力巨大

## 购买频次分析



多频购买人群潜力有提升空间

## 粉丝活跃追踪



沉默粉丝比例高达67.28%

目标

=

人群

+

手段

+

机制

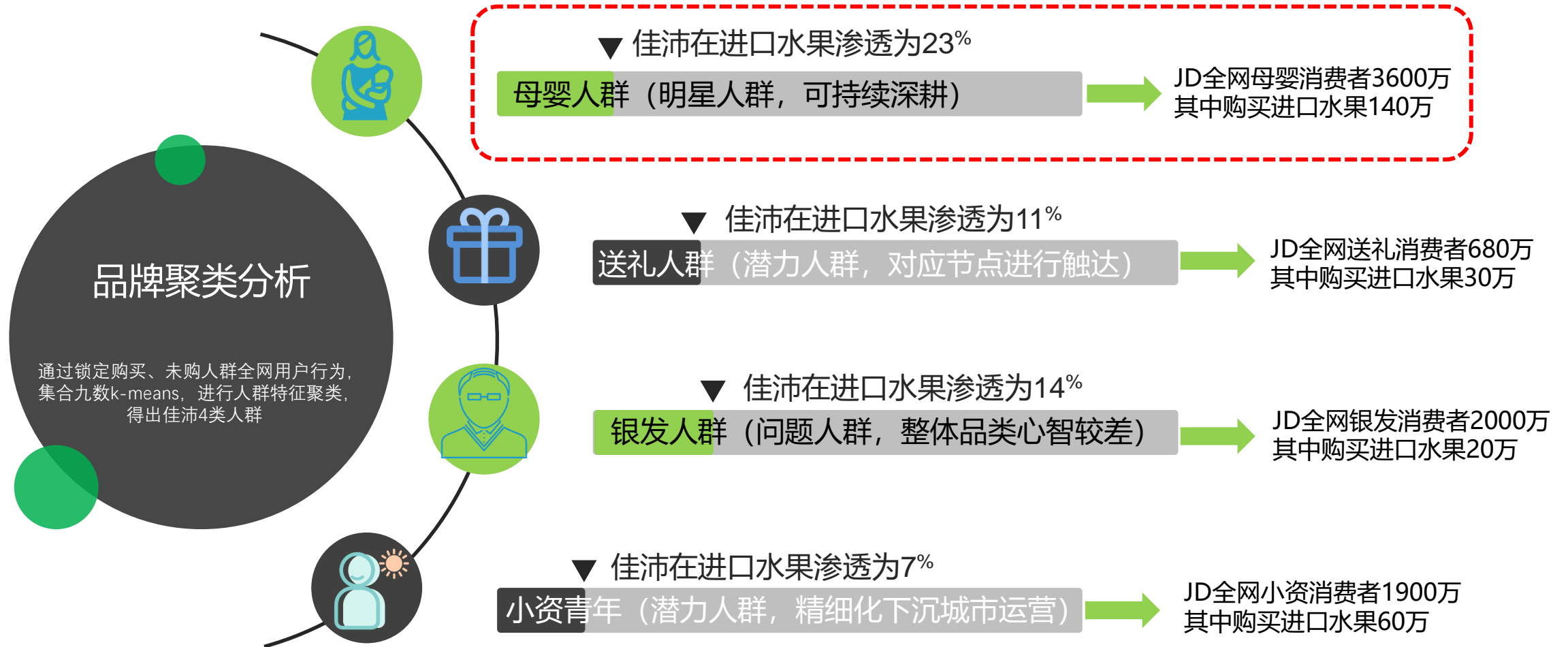
提升进口水果市场渗透  
加大品牌力

进口水果市场核心Ta  
聚类分析

通过CRM+粉丝+活动  
精准覆盖

寻找精准CP进行  
流量互换

根据京东全网购买奇异果人群的特点，使用数据工具对特定人群的**电商购买行为**和**不同用户属性**进行k-means聚类，结合业务场景，最终聚集为四类人群。





## 人群画像

有**极强的母婴关联场景**，同时**送礼属性**也较为突出；产品在年龄层维度更容易被**年长的上线城市**群体所接受；



## 佳沛奇异果人群聚类特征

### 宝爸宝妈：

集中在**母婴一级类目**，多以**尿裤&婴幼儿奶粉**等品类为高关联占比；

### 送礼一族：

活跃于**礼品、礼券**等类目，且在**节假日**下单行为激增，有搜索“**送礼、礼品**”等关键词；

### 都市银发：

城市等级为**一二线**，**年龄45岁以上**的中老年群体；



## 人群货品推荐

### 宝爸宝妈：

优先推荐**小包装（6粒、8粒）**，重点突出**新鲜及营养**；

### 送礼一族：

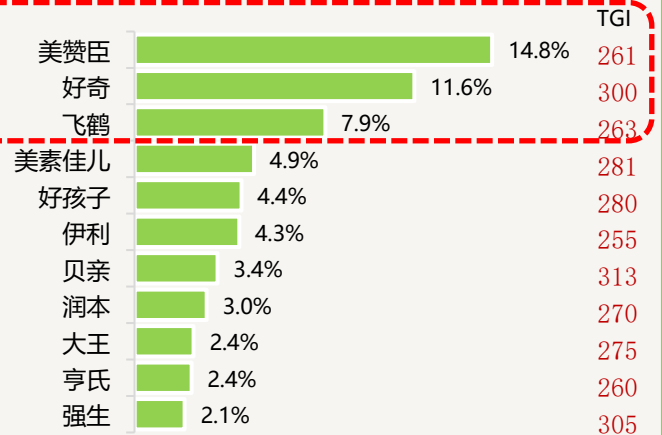
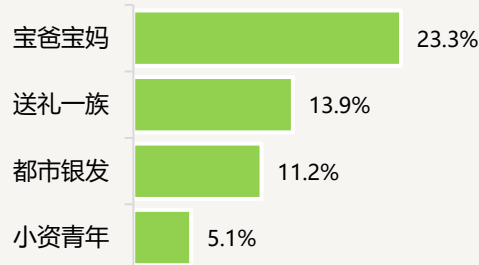
**多粒装（16粒以上、金绿套组）**，满足**送礼仪式感**；



## 母婴品牌偏好



## 强相关人群聚类



## 跨品类联合活动 · 策略



持续与不同梯队母婴品牌合作  
多层次母婴人群渗透互洗  
互换流量



最大化整合双品牌资源  
跨类目整合传播  
提升品牌母婴场声量



高关联产品打包联合销售  
拉升曝光度及产品销量

### 01

跨母婴大类目合作  
扩大生鲜生意体量

### 02

做母婴人群渗透  
挖潜母婴在客户

### 03

多品牌资源整合  
跨类目提升品牌声量

### 04

自创节点自带节奏提  
升活跃度及转化

## # 新鲜佳倍, 星级营养 #

阶段	准备期 7.1-7.6	预热期 7.7-7.9 (7.8 big day)	爆发期 7.10-7.11
节奏	通过人群洞察进行逻辑页面打造 引发关注	线上活动强势来袭 进行引站内引流	强势引流 站内收割
活动执行	7.1-7.6 搭建会场demo图	7.7.-7.9 发布折扣信息, 站内活动RTB	7.10-7.11 京东三大热门渠道收割
	7.1-7.6 品牌作业收集, 资源点位截图	7.7.-7.9 首页轮播banner, 迅速种草, 引流到活动页	7.10-7.11 资源点位截图
		7.7.-7.9 京东高广词互链, 资源位截图	
		7.7.-7.9 品牌私域, 激活粉丝引流到活动页	
		7.10-7.11 超级无线H5互动上线	
主阵地	官方主阵地 + 站内品牌私域 + 京东平台		

## 数据加持

通过数据进行相关  
人群画像、品牌偏好分析  
为活动提供底层数据策略

## 投放+机制新抓手

在原有投放业务模式上  
引入会员&粉丝机制  
形成流量来源及承接方法  
提供有力业务抓手

## 跨品类流量构建

在流量愈发瓶颈的时代  
通过打通跨品类流量池  
提高品牌在平台的渗透  
实现业务增长的新机会点

## 数据建模

数据科学下沉业务  
启用K-Means模型  
进行人群精细化分层



## 站内RTB联合

站内资源整合，RTB精细化投放，匹配消费者链路达成全方位包围收割

A1 → A2 → A3 → A4

站内资源精细化整合运营

站内资源精细投放  
店铺联合相互引流



活动期店铺总UV  
**120W+**  
单日最高UV  
**108.7W** ↑↑

人群差异化精准触达  
产品高广词互链触达



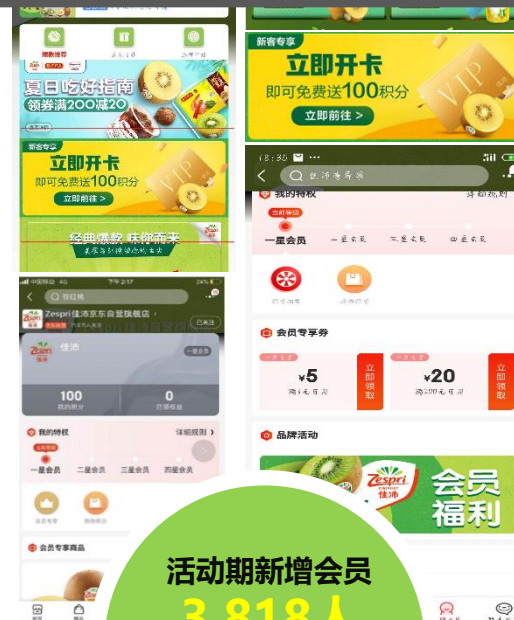
活动期粉丝增长  
**22.5W+**  
环比5月同期  
**867%** ↑↑↑

活动联合页落地转化  
多重政策力激发销售



活动期订单量达  
**14,835单**  
点击转化率达  
**13.17%** ↑

多重权益刺激  
用户留存沉淀



活动期新增会员  
**3,818人**  
较日常同期  
**269%** ↑↑



品牌

佳沛 x 飞鹤

佳沛 x 雀巢能恩

佳沛 x 美赞臣 x 好奇

主题

新鲜佳倍·星级营养

营养到位·高能搭沛

金致好物·轻松一夏

目标

流量: 100W 会员: 3K 粉丝: 10W

流量: 12W 会员: 1K 粉丝: 3K

流量: 10W 会员: 1K 粉丝: 5K

完成率

120%↑ 127.3%↑ 225.3%↑

112.5%↑ 114.8%↑ 111.1%↑

87%↑ 148.6%↑ 111.4%↑

GMV

佳沛: ¥309.3W / 飞鹤: ¥1000W+

佳沛: ¥302.4W / 雀巢: ¥598.7W+

佳沛: ¥132w  
美赞臣: ¥84.7w / 好奇: ¥806.7w