

朗迪蛋白粉618大促程序化投放

- ◆ **品牌名称:** 朗迪
- ◆ **所属行业:** 保健品行业
- ◆ **执行时间:** 2023.05.24-06.20
- ◆ **参选类别:** AI营销类

朗迪高钙蛋白粉

6.4-6.15 拍2 单价低至 79元

再送维生素C一瓶

高蛋白+高钙 双效守护健康

84% 高蛋白

428mg钙 每100g含

菁骨全® 专利

京东 朗迪高钙蛋白粉

发明专利号: ZL 2023 1 0259063.8

朗迪高钙蛋白粉主打乳清蛋白和纯天然提取的高钙骨胶原蛋白。本次618大促的外部引流将同时覆盖天猫和京东两个平台。

核心要求 >

个性化人群定向及物料匹配归因
同时, 尝鲜通过AI生成投放素材

本次朗迪618程序化投放的整体节奏**紧贴电商平台的官方活动节奏**，各个阶段目标明确

	May	June	
投放日历 >	24	03 04	15 16 18
阶段定位 >	预售期+开门红 (天猫, 京东)	品类日+预热期 (天猫), 场景期 (京东)	爆发期 (天猫, 京东)
投放目的 >	第一波引流小高潮, 获得样本人群沉淀, 提升CTR	迟疑用户的缓冲考虑期, 此阶段转化较难, 算法优化中	收割高潮, 算法稳定
预算占比 >	50% (天猫60%, 京东40%)	20% (天猫60%, 京东40%)	30% (天猫60%, 京东40%)
点击CTR 预估范围 >	2.3% ~ 2.7%	2.7% ~ 3.5%	3.5% ~ 3.9%
促销物料 投放建议 >	按品牌方市场活动展开, 建议 跨店满减 / 前N小时 / 限时秒杀 / 惊喜券	按品牌方市场活动展开, 建议 限时折扣 / 定金赠礼 / VIP券 / 直播预告	1. 之前转化最高的TOP10 2. 当期活动利益点
爆品策略 >	4个SKU多套视觉, 可分不同活动延展	第一次优化, 根据效果增减物料及产品比例	最终优化, 放大爆品流量
媒体策略 >	根据第三方平台数据, 挑选程序化流量共8大类23个App优先投放, 后期按转化效果由人工智能进行增减量的优化		
人群策略 >	“中老年人群”, “中青年人关爱老人群体”, “蛋白粉品类关注人群” 为本次核心定向包, 最后再筛选基础定向条件		

抓准TA是一切投放的基础，从三个维度的**四项垂直数据库**中交集出三大核心TA



媒体方面：从**巨量算数**和**百度指数**两大平台拉取关于产品和品牌用户的**媒体偏好数据**

巨量算数

关键词

朗迪高钙蛋白粉

抖音数据

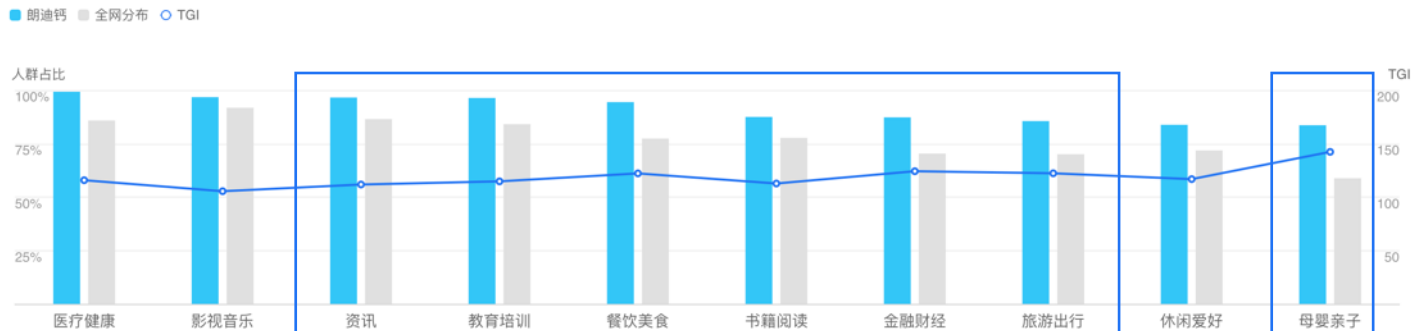
用户兴趣

时尚兴趣的人群占比最高，时尚兴趣的人群偏好度(TGI指数)最高



兴趣分布

2023-03-01 ~ 2023-03-31



朗迪产品潜客媒体偏好
(综合占比和TGI)

- 美食 • 阅读
- 音乐 • 金融
- 资讯 • 旅行
- 教育 • 亲子

综合考虑两大指数平台的媒介结论，精选以下**23个头部媒体**，并使用**大屏展示位**

1. 美食类



下厨房 菜谱大全

2. 音频类



网易云音乐 蜻蜓FM 喜马拉雅FM

3. 资讯类



网易新闻 一点资讯 凤凰新闻 新浪新闻

4. 教育类



有道词典 有道翻译官 网易邮箱大师 WPS

5. 阅读类



快看漫画 七猫免费小说

6. 金融类



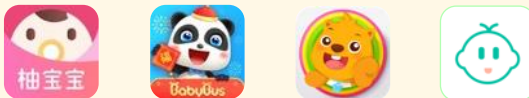
商业新知 金融界

7. 旅行类



航班管家 高铁管家

8. 亲子类



柚宝宝 宝宝巴士 贝瓦儿歌 宝宝辅食




开屏广告位



信息流广告位

除了核心KPI和基础数据表现非常出色以外，本案有以下**三大亮点**：




**精准人群
深度细分**

—
多重筛选交叉叠加



**AIGC
品牌应用**

—
物料生成及链路归因



**超精细
运营优化**

—
四维实时策略调整

几乎所有投放素材都配一张AIGC物料作为主视觉，再由设计师后期加工完成



AI生成温馨老年夫妇



AI生成桌面及背景

几乎所有投放素材都配一张AIGC物料作为主视觉，再由设计师后期加工完成

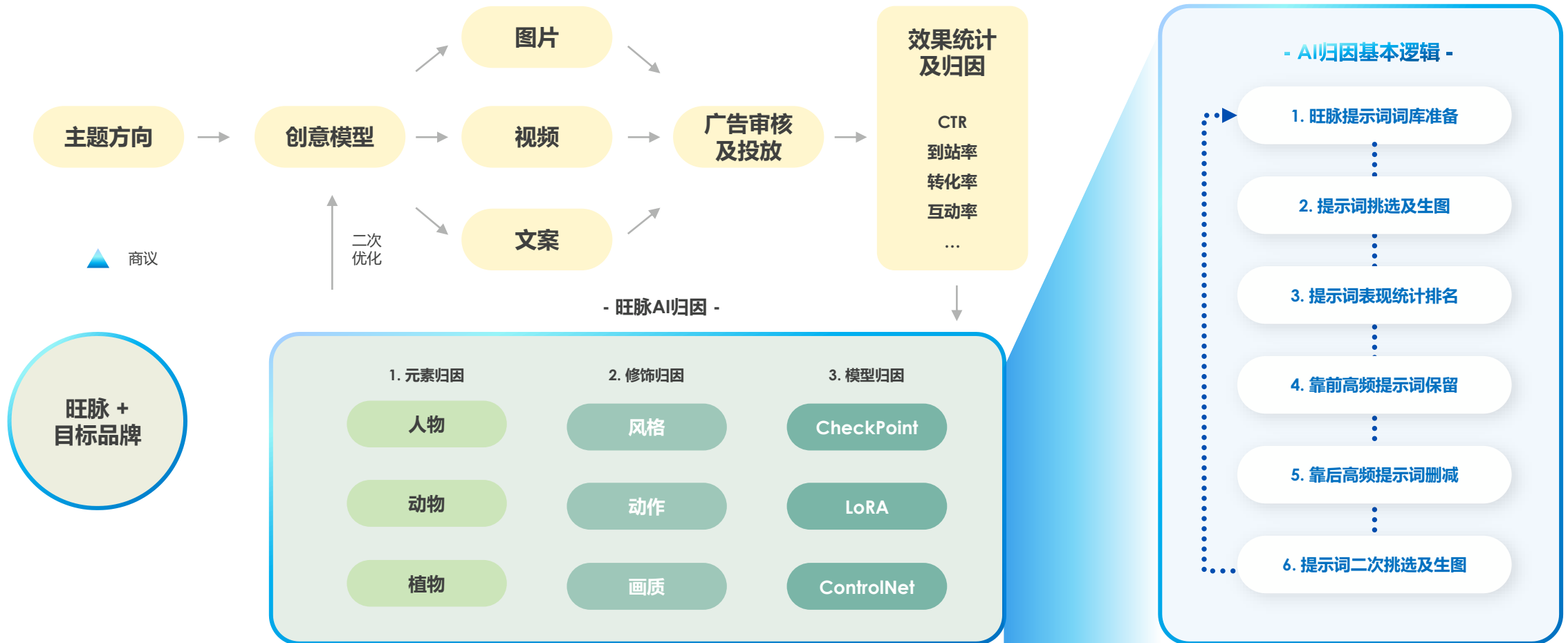


AI生成全家福



AI生成关节疼痛

本次不仅使用AIGC物料，更通过对整个投放的**监测归因**来观察具体表现，获得优化依据



四维实时投放运营优化及富有经验的投放节奏，突显实操团队的专业性和成熟度

> 1. 人群标签优化

以下人群包提量



蛋白粉品类人群



中青年人群

以下人群包减量



中老年人群

> 2. 投放媒体优化

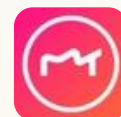
以下媒App体提量



下厨房



美颜相机



美图秀秀



芒果TV



WPS



一点资讯

以下App媒体减量

> 3. 覆盖城市优化

以下投放城市提量



北京



重庆



青岛

以下投放城市减量



南京 等

> 4. 投放时段优化

以下投放时段提量



14点-15点 下午茶



17点-23点 夜生活

以下投放时段减量



11点-13点 午间

注：此数据表现为最终投放结论，实际运营时各维度运营策略都在实时调整

本次投放的**效果转化比预期提升11%**，其他各项数据也均超出广告主预期

后效转化

11%
Up !!

实际曝光

5%
Up !!

实际点击

10%
Up !!