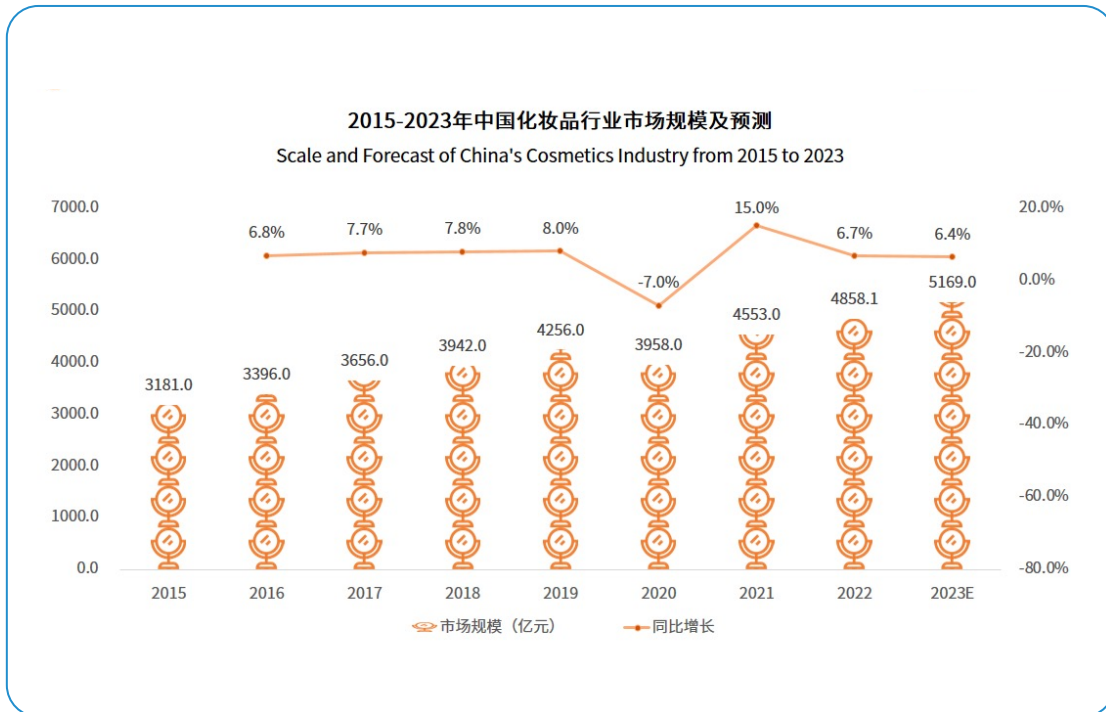


上海家化：推广模型助力营销提效

- ◆ **品牌名称：**上海家化
- ◆ **所属行业：**日化/个护类
- ◆ **执行时间：**2023.06.18-08.01
- ◆ **参选类别：**日化/个护类



Jahwa
上海家化

随心遇见美

- 客户名称: 上海家化
- 投放时间: 2023.06.18-08.01
- 消耗金额: 累计100万+

营销背景

上海家化作为国内老牌美妆护肤品牌, 在品牌知名度和产品硬实力上具备强有力优势, 上海家化旗下佰草集、玉泽、高夫在美妆品类都有着优异表现。

身处国货美妆竞争激烈的成熟赛道, 对于上海家化而言, 捍卫霸主地位额外重要, 在此次618大促中, 借助618提振销量并且进一步提升营销效率成为上海家化重点考量的部分。

主要挑战与目标

面对品牌方提出的两大问题:

- 1) 新兴品牌具备数字营销优势, 如何借助“推广模型”提升营销效率及精度, 拉开与竞品差距;
- 2) 大促期间消费者决策摇摆, 如何巧妙利用营销节奏的排布抢占行业潜客。



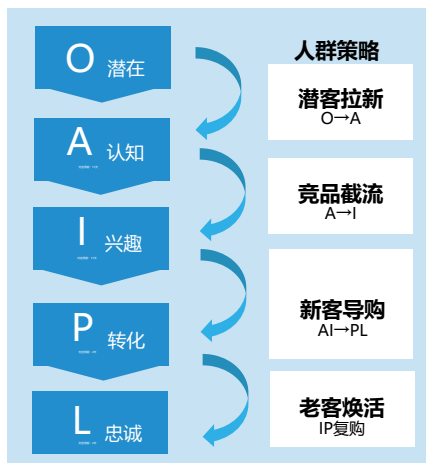
核心目标：

以品牌曝光+持续拉新增长为长期目标

- 618大促期间转化率
- ROI转化

超级汇川广告平台—新客成长计划策略

提升淘外推广效率



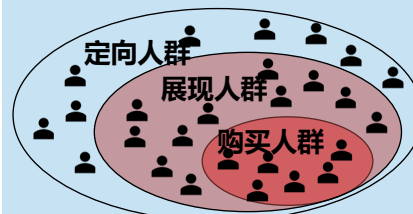
提升冷启期转化效率

- 潜在购物行为
算法预判购物决策阶段分层及扩散学习
- 广告行为
算法判断用户与广告交互偏好度

提前灌入模型学习

动态出价展现

- 优先级1 下单lookalike
- 优先级2 其他人群lookalike



易达广告: 购物行为前置

阿里集团账号体系打通
广告页面即可完成加购、关注、领券

加购购物车 关注店铺 领取优惠券

例: 一键加购用户流程

已授权用户点击直接加购/关注店铺/领取优惠券

*价格以商家实际售价为准

数据安全保障

Nobid模型 + 营销节奏定制 + 人群序列化投放”的获客策略

超级汇川为家化精心设计了“Nobid模型+营销节奏定制+人群序列化投放”的获客策略，通过易达、Nobid模型、数据银行等获客工具，综合使用智能出价提升营销效率，并根据不同营销节奏匹配阶段性文案撬动摇摆消费者，最终从多角度圈定序列化人群，迎来集中爆发转化。



产品力：易达广告大幅缩短用户决策链路；竞价渠道高转化硬广素材沿用，保证优质素材数量，确保物料丰富流转；

佰草集天猫官方旗舰店 广告

修护抗初老，熬夜肌的续命神水！至高买1享5，超值！



4.7万颗高能破壁
至高买1享5
买200ml享290ml
「破壁」能量 弹润焕新肌
抵抗初老
点下方链接
¥272
00:27

关注店铺 加入购物车

直连天猫/淘宝商品页面
缩短用户路径

佰草集天猫官方旗舰店 广告

修护抗初老，熬夜肌的续命神水！至高买1享5，618超值购，错过等一年！



至高买1享5
买200ml享290ml
¥272

关注店铺 加入购物车

佰草集天猫官方旗舰店 广告

修护抗初老，熬夜肌的续命神水！至高买1享5，618超值购，错过等一年！



至高买1享5
买200ml享290ml
¥272

关注店铺 加入购物车

佰草集天猫官方旗舰店 广告

修护抗初老，熬夜肌的续命神水！至高买1享5，618超值购，错过等一年！



至高买1享5
买200ml享290ml
¥272

关注店铺 加入购物车

佰草集天猫官方旗舰店 广告

修护抗初老，熬夜肌的续命神水！至高买1享5，618超值购，错过等一年！



至高买1享5
买200ml享290ml
¥272

关注店铺 加入购物车

佰草集天猫官方旗舰店 广告

修护抗初老，熬夜肌的续命神水！至高买1享5，618超值购，限时开启！



至高买1享5
买200ml享290ml
¥272

如果你之前用过

关注店铺 加入购物车

佰草集天猫官方旗舰店 广告

佰草集新会员限时秒杀！¥9.9起！抢！



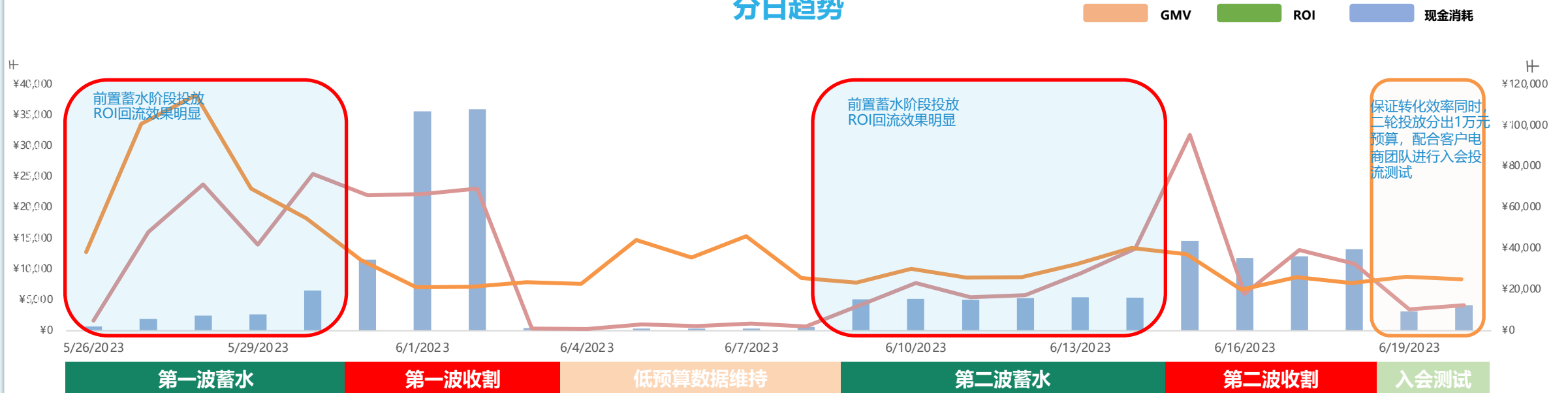
爆款焕肤体验装
低至¥9.9起
¥30
入会专享券

关注店铺

营销力：阶段性节奏定制，首轮蓄水期ROI表现最佳，二轮追投维持高ROI表现；

- 针对大促期用户购买习惯，根据2个重点转化时段，分别布局蓄水-转化周期，蓄水期最大化触及潜客，转化通过用户召回实现高效收割；
- 数据反馈，蓄水阶段ROI回流效率较高，大促收割阶段GMV增长明显，策略落地表现较佳。

分日趋势



投放力：序列化人群圈选投放，多维度人群来源，最大化覆盖优质潜客；

序列化人群圈选，从数据银行、媒体定制多角度出发锚定老客、高潜、兴趣人群，
通过数据银行T+1回流能力实现套外+淘内系列化投放。



实时优化 + 投中人群迭代
保重高效投放、挖掘潜在人群机会

CTR高于行业均值

25%+

核心品线ROI
高于美妆行业

100%+

Nobid订单成本
相比整体

<10%