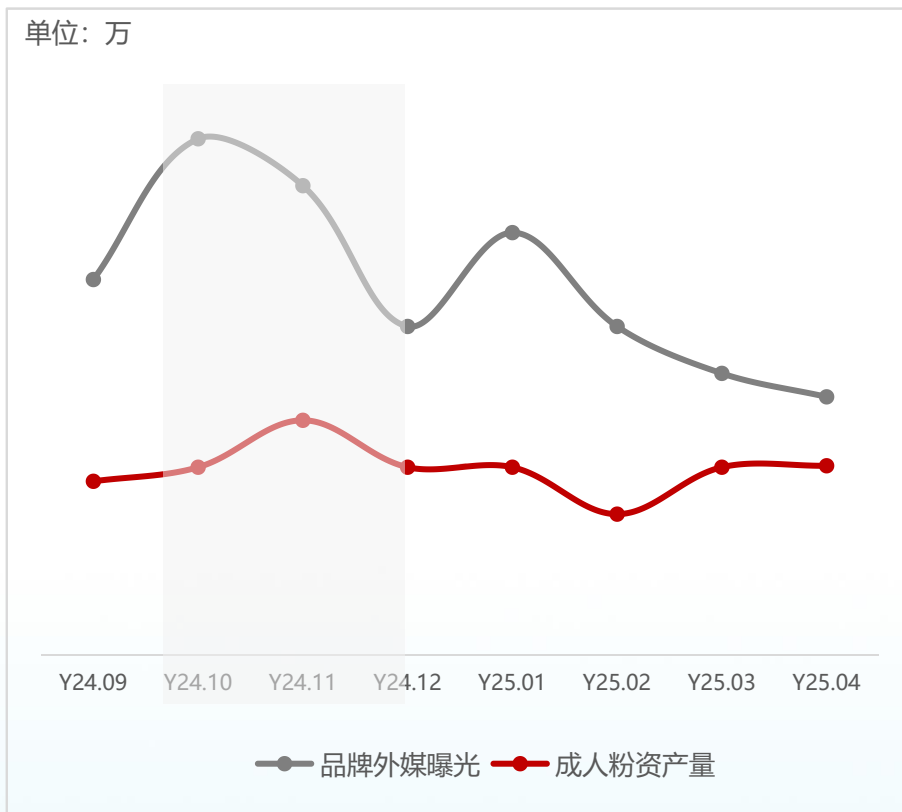


伊利成人粉全域联动助力种草转化一体化提效

- ◆ 品牌名称：伊利
- ◆ 所属行业：成人奶粉
- ◆ 执行时间：2025.05.01-06.30
- ◆ 参选类别：用户增长

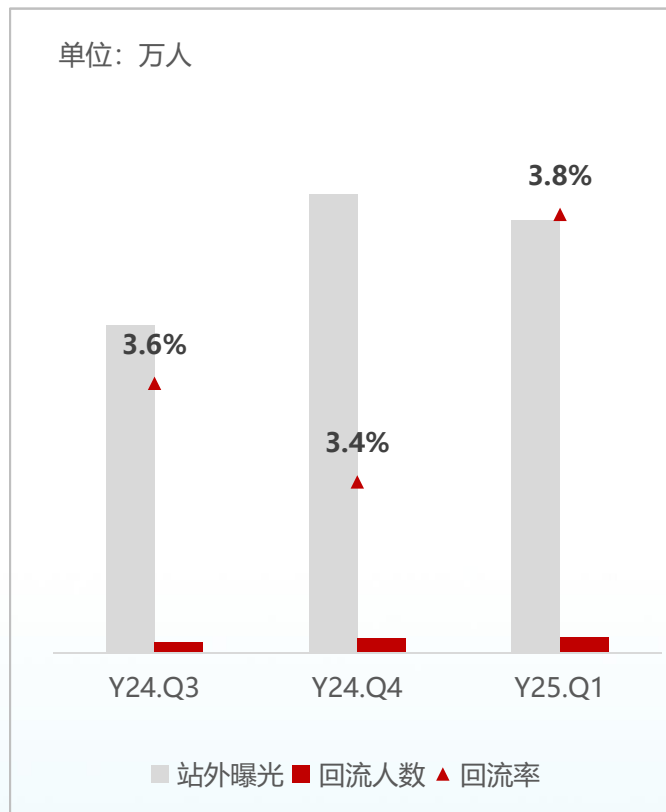
品牌外媒广告与品牌资产存在割裂，站外回流效率较弱，借助天链构建完整链路提升品牌生意

伊利成人粉 历史站外渠道曝光 & 站内资产趋势



站内资产趋势与站外品牌广告量级存在割裂

站外人群回流表现



站外广告回流效率较差

品牌目标

一、站外资源站内高效复用

同时站外种草&站外收割存在割裂，链路完整性与可监控性存在一定缺失，借助新工具构建完整链路

二、反向评估渠道价值

品牌有站外营销资源，但资源点位繁多，不能很好评估针对销售域下品牌增长高价值渠道，分渠道回流测验渠道效率。

三、提升大促期间生意表现

大促期间生意达成提效，实现品牌618大促期间生意增长

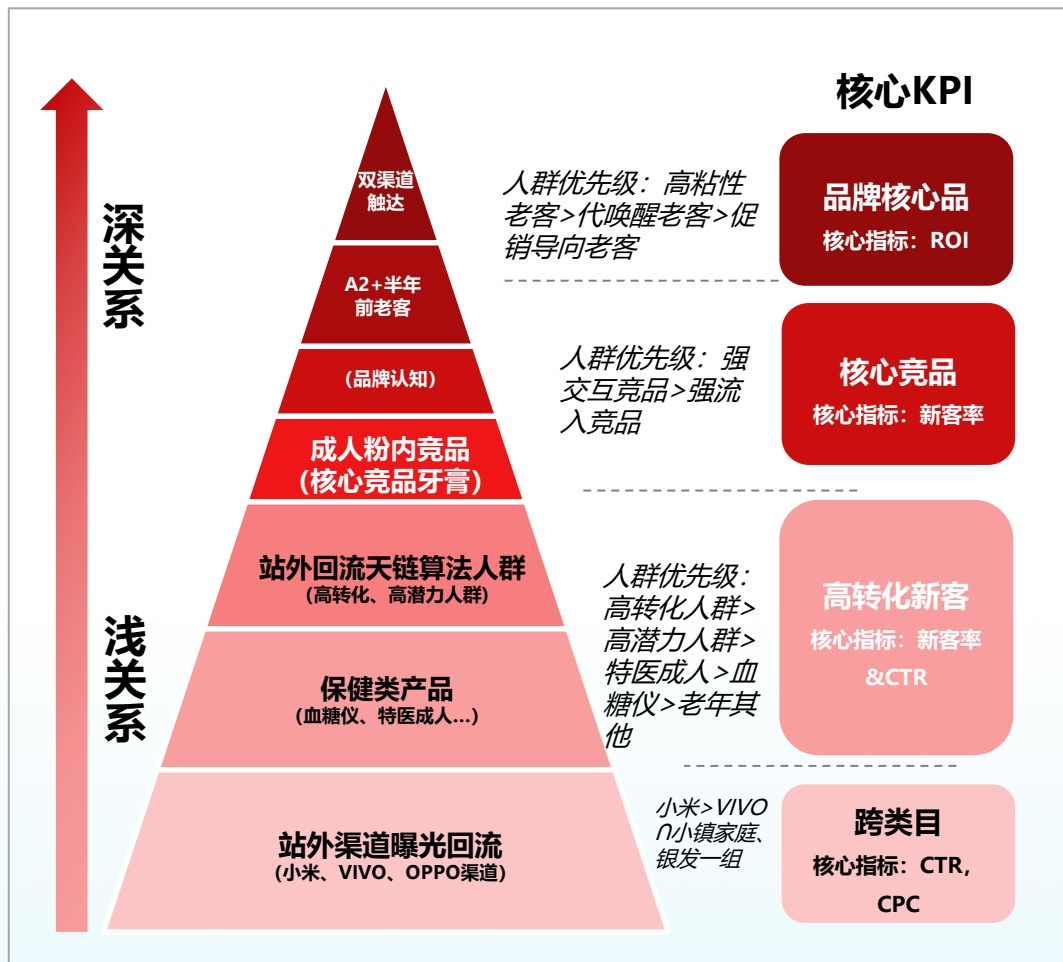
解决思路



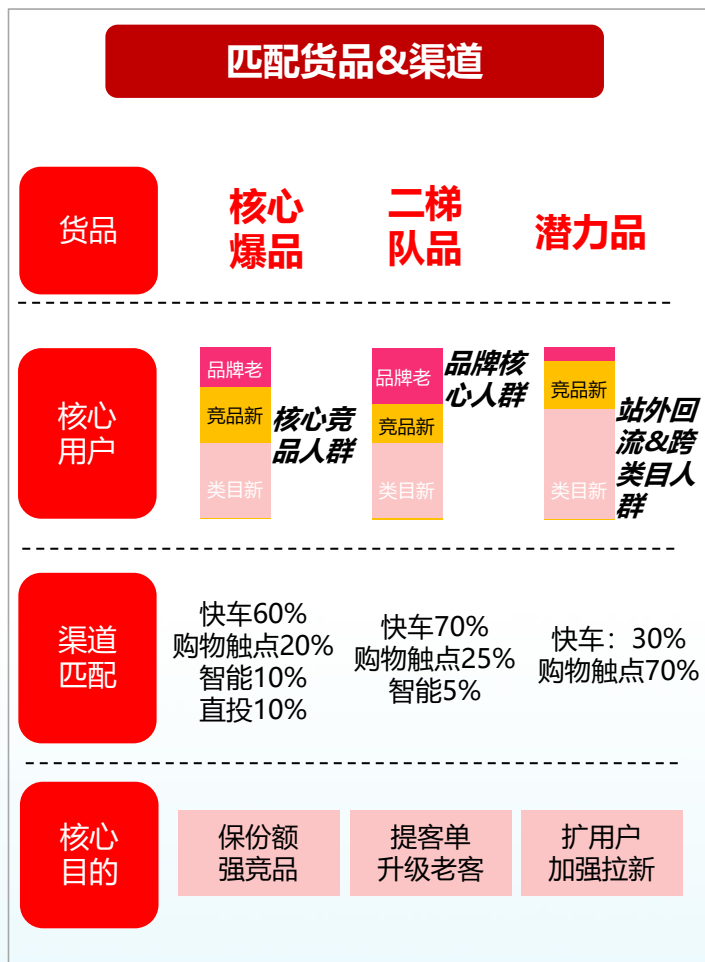
核心动作



人群分层



渠道匹配



多版式多场景触达

机制素材

4折、2折、3折、年中钜惠 盛典开启

氛围感素材

好价不用等 错过等一年

抢大翻神券 享折上折优惠

多吃不怕有负担 爸妈吃喝更放心



效果&反馈

核心指标实现，同时为第七届京旗案例大奖赛先锋奖

站外回流效率提升

域外回流累计贡献新客4.3W人

站外回流渠道人群资产贡献率提升9%

RTB复投触达3XX万人

ROI对比常规投放增长

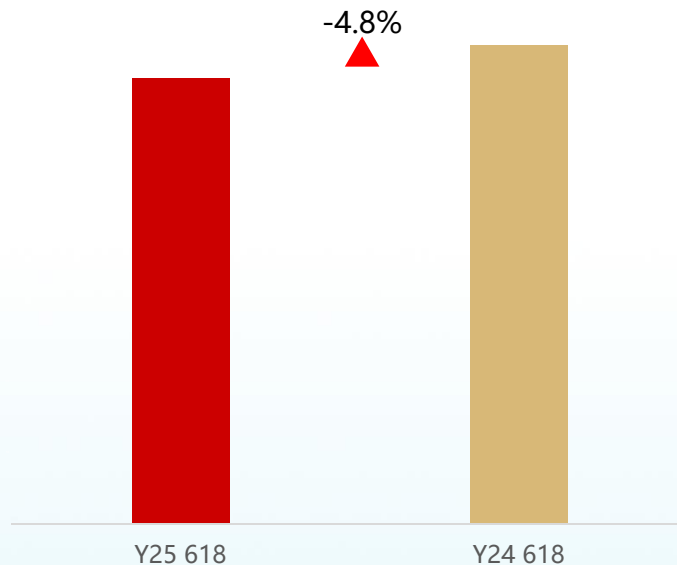
+37.5%

新客成本同比下降

媒介新客成本同比下降

Y25&Y24 媒介新客成本

■ Y25 618 ■ Y24 618



大促GMV同比提升

Y25大促GMV同比提升明显

店铺GMV同比表现

■ Y25 618 ■ Y24 618

