

全链路数智化驱动 吉列“手动”捕获“电动”流量

- ◆ 品牌名称：吉列
- ◆ 所属行业：日化 / 个护
- ◆ 执行时间：2025.07.01-08.31
- ◆ 参选类别：经营增长





背景&目标

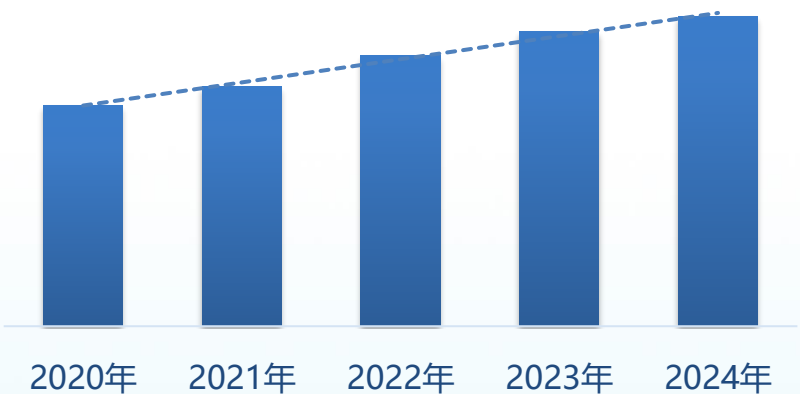
背景：拥有百年历史的吉列，是手动剃须市场的领军者，JD品牌份额占比80%+。

挑战：受电动剃须产品挤压，手动剃须市场增速逐年放缓，品牌需要重塑用户心智，破圈突围。

目标：抢占电动剃须市场份额，拓展销售新空间。

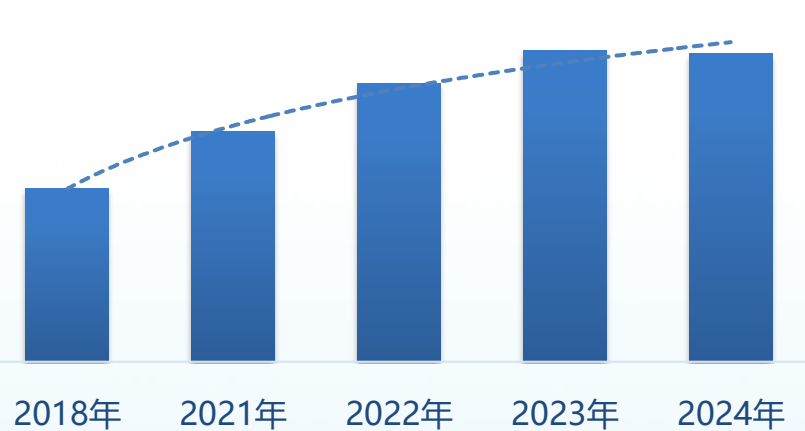
电动剃须市场增势依然强劲

(购买人数)



手动剃须市场增速逐年放缓

(购买人数)





洞察&创意

洞察：运用京东数坊确定吉列优势产品、黄金价位段与高价值靶群，绘制精准狙击战略图谱

竞争得失分析



价格段分析

价格段	601	黑盒	power
电动老客0-200	X.68%	X.45%	X.92%
电动老客200-300	XX.62%	XX.02%	XX.74%
电动老客300-400	XX.49%	XX.65%	XX.62%
电动老客400-600	XX.67%	XX.49%	XX.77%
电动老客600以上	XX.90%	XX.34%	XX.36%

十大靶群分析

十大靶群	购买	CVR
小镇家庭	XX%	XX%
银发一族	XX%	XX%
都市家庭	XX%	XX%
学生一族	XX%	XX%
小镇中产	XX%	XX%
小镇青年	X%	XX%
小镇中年	X%	XX%
都市蓝领	X%	XX%
都市中产	X%	XX%
都市Z世代	X%	XX%

方向1：确定优势狙击产品

- 针对吉列相似主品与电动剃须刀进行竞争得失分析-明确自然流量中竞争优势品为601 > 黑盒 > power

方向2：明确狙击电动优势价格段&靶群

- 结合电动老客价位段及靶群分析，明确优势竞争力价位段

- 结合靶群情况，明确高购买人群及高CVR人群下优势靶群

人群划分	人群圈选
靶群价格段差异人群	X00以上-近两年电动老客&意向∩家庭中产靶群
	X00以下-近两年电动老客&意向∩家庭中产靶群
	靶群X00以上电动老客
无靶群价格段差异人群	靶群X00以下电动老客
	电动老客X00以上-无靶群
	电动老客X00以下-无靶群
	电动老客X00以上-无靶群
	电动老客X00以下-无靶群



创意：通过商智数智化产品明确吉列主品针对电动竞品的承接能力，以及承接关键词，确定狙击方向



明确承接主品能力

结合搜索数据明细下探关键词

- 主品电动行业下UV&CVR

主品	UV	CVR
601	XX,XXX	X.82%
黑盒	XX,XXX	X.61%
power	X,XXX	X.85%

承接能力：601 > 黑盒 > power



承接关键词细化

细化关键词，精确目标

关键词	TOP1	TOP2	TOP3
601	剃须刀京东自营	剃须刀	刮胡刀
黑盒	剃须刀京东自营	刮胡刀京东自营	刮胡刀
power	刮胡刀	剃须刀	刮胡刀京东自营



投放&执行

01. 货品策略

针对性打造电动剃须刀狙击产品

- **产品确认：**结合DMP洞察画像分析、数坊精细化洞察验证及商智实时数据反馈，明确优势产品及承接能力：601 > 黑盒 > power

- **投放：**电动行业下产品预算分配方向：601 > 黑盒 > power

03. 渠道策略

精准拦截，场景化渗透

- **获客成本：**以渠道获客成本为基础，优先拓展低成本及低新客成本渠道，筛选优质渠道。

- **投放：**（1）直投渠道利用素材结合洞察人群对站外电动人群种草触达；（2）触点渠道低成本触达京东电动闲逛人群；（3）快车渠道结合优势手动产品搭配精细化人群抢夺电动意向人群。

02. 人群策略

精细化狙击，分层击破

- **价位段：**结合数坊价位段分析，明确黄金价位段（X00+/X00+）
- **靶群：**基于数坊精细化洞察，确定优势靶群；

- **投放：**精细化电动狙击人群为高价位段∩靶群

04. 关键词策略

攻守兼备，痛点切入

- **优势关键词：**剃须刀京东自营、剃须刀、刮胡刀、刮胡刀京东自营。

- **投放：**结合货品策略及商智洞察各优势品下优势关键词精确化投放，确保流量入口的纯粹性与策略的可衡量性。

四大策略
精细投放



投放&执行

实时感知渠道效能
动态重构预算配置

1 数坊实时监测渠道成本

依托数坊数据中台，构建实时获客成本监测体系，并以此为核心输入，驱动预算的动态、敏捷分配，实现渠道组合的战略级优化与营销效能的极致化。

明确方向

提升效率

基于投放下的
监控调整

紧跟趋势

优化路径

实时感知词效
动态优化配置

2 商智词类效能监测

依托商智平台的实时数据流，深度解析关键词细分颗粒度下的效能表现；

基于动态效能指数，实施预算的智能流转与出价策略的敏捷迭代，实现“产品-关键词”组合的协同最优化，并对高价值行业词进行压强式投放，以确保战略资源的回报最大化。

依托数坊&商智数智化产品实时监控投放效率
并实时调优，实现效益最大化



效果&反馈

针对电动领域优化，驱动“新客-内媒-店铺”增长飞轮，核心指标全线飘红

以数据赋能的电动领域拓展优化成效显著，成功构建起增长正向循环；不仅拓宽了新客来源，提升了媒体效率，更催化店铺生态流量与销售额的协同增长。

①新客目标达成情况

店铺新客率

+6.12%

8月

7月

媒体新客率

+1.85%

8月

7月

②媒体目标达成情况

SPD提升

+2.14%

7月

8月

ROI提升

+16.67%

7月

8月

③电动流量提升情况

电动流量下UV IYA提升

+8.77%

7月

8月

电动流量下GMV IYA增长

+9.78%

7月

8月