

依托京东数智，三宅一生实现生意增长

- ◆ 品牌名称：三宅一生香水
- ◆ 所属行业：美妆/护肤类
- ◆ 执行时间：2025.04.09-07.08
- ◆ 参选类别：经营增长



背景&目标

品牌核心挑战

- 众多高端香水品牌入驻京东，香水类目竞争加剧，品牌销售增长乏力
- 品牌货品销售梯队主要集中在爆品，需要丰富货品梯队构成

项目目标

- 品牌借势上新带动生意增长
- 打造爆品，完善第一梯队货品类型



洞察发现

通过探索新品营销故事，结合京东数坊用户洞察，确定了新品的人群分层定位，制定差异化投放触达方向：

- 对于引流曝光用户匹配突出利益点、凸显促销氛围素材
- 对于意向转化用户匹配品牌自有调性图&突出新品上市素材

核心策略

聚焦品牌的经营洞察、精细化运营与流量聚合环节：

- 洞察全域用户，了解品牌目标受众，匹配可触达渠道，促进转化
- 配合主题营销活动，对策略人群不断渗透，推动活动营销爆发

案例亮点

依托京东数智的技术性和人群矩阵分层的创新性，让中腰部品牌通过小而精的投入，聚焦新品活动拉动销售，达成店铺高爆发



投放&执行

STEP1

探索新品营销故事&数坊+DMP用户洞察, 确定新品人群定位

了解新品特征, 确定受众

目标用户分层圈选, 反复触达



- 引流曝光用户
- 意向转化用户
- 场景化用户(JD推荐)

STEP2

店铺精细化运营促进新品销售, 带动店铺生意增长

资源采买

- 京东新品 (4月x日)
- 十倍计划 (4月x日)
- 超级大牌日 (7月x日-销售暴增)

精细化运营

- 数坊发券 (意向用户)
- 百补加赠派样
- 品牌进采销直播间
- 短信、直播、内容增加投入比重
- 新品下单返京豆

STEP3

数投结合增加投放, 布局站外点位

京准通RTB加投

- 站内-快车&推荐广告 (加投)
- 智能-智能投放 (加投)
- 站外广告-联盟开屏&抖音 (新增)

品牌市场投入

- 林孝竣等多个运动员小红书官宣
- 小红书共建





效果&反馈

投放执行结合平台项目落地，达成店铺销售爆发

小魔方

全天销售达成 ****5%**

vs24年同期 **+**7%**

投放流量环比 **+**1%**

ROI **+*.1pts**

十倍计划

全天销售达成 ****0%**

日均销售增长 **超X.7倍**

投放流量环比 **+*6%**

ROI **+*.3pts**

超级大牌日

全天销售达成 ****0%**

vs24年同期 **+***2%**

投放流量环比 **+**9%**

ROI **+*.9pts**