

# 丸美温感淡黑眼圈霜新品推广

- ◆ 所属行业：化妆品
- ◆ 执行时间：2017.4.30 – 5.30
- ◆ 执行范围：全国
- ◆ 参选类别：大数据营销类

MARUBI 丸美

## 推广主角

丸美温感淡黑眼圈霜及弹力眼霜

## 推广目标

新品拉新、提升两款眼霜的品牌认知度及领取小样参与度

## 目标受众

18-35岁女性，熬夜多，  
30岁以下推淡黑眼圈霜、30岁以上推广弹力眼霜  
线上线下会员相似消费偏好及消费等级的人群

## 推广时间

2017年5月2日-5月30日

## 推广预算

54万

## 项目推广挑战

### 1

#### 如何找到目标群体？

- 丸美白色之恋温感淡黑眼圈霜的目标群体是谁？
  - 依托银联智惠媒体及数据资源覆盖淡黑眼圈霜目标群体？
  - 如何借助智惠触达投放平台各种技术锁定目标群体？

### 2

#### 为产品和活动页面导流？带动线下认知？

- 如何设计广告位互动体验即能引流线上又能配合带动线下认知？
  - 以广告形式为导向的优化逻辑应用？

### 3

#### 有效提升到站转化及单品销售？

- 如何在投放中对覆盖及到站的人群不断优化，从而提升投放效率？
  - 如何持续进一步提升到站转化及单品销售？

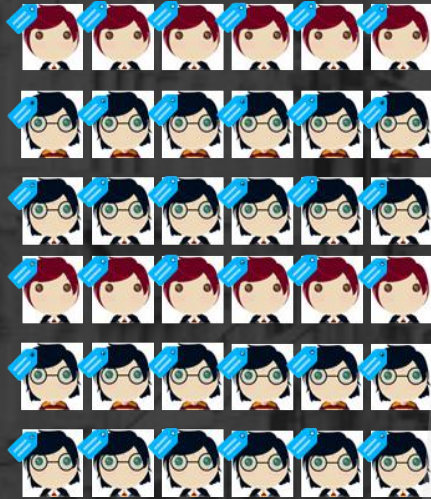


上传授权会员人群画像

通过智慧洞察  
lookalike相似人群

Mobile端锁定目标人  
群推送广告

通过授权会员匹配人群  
画像，消费特征等



相似的消费行为  
lookalike :

- ✓ 4-6级综合消费等级
- ✓ 金卡用户
- ✓ 常消费商圈

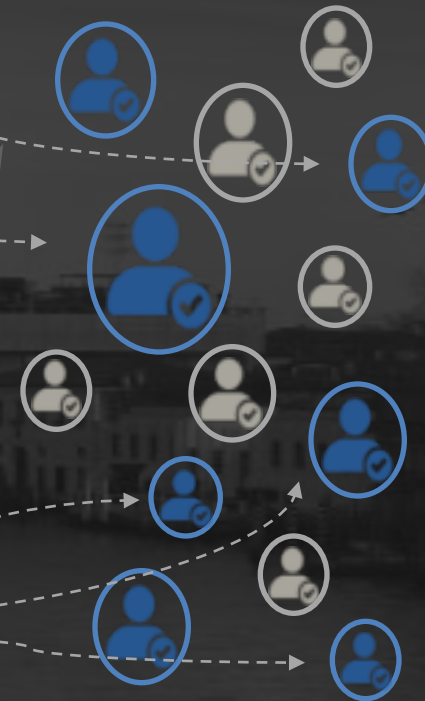


Biggest payment database, covering 99%

## DATA Assets

品牌目标人群特征：

- ✓ 女性、24-35岁
- ✓ 经常熬夜，化妆品消费偏好



## 智慧分析目标人群

对丸美授权会员匹配银联智惠刷卡消费大数据，进行分人群分析，洞察不同类型人群的消费特征。



1.

线上会员

2.

线下会员

3.

竞品购买人群

3.

眼霜节互动人群



依托大数据管理平台，对不同类型的的人群进行更深入的用户画像分析；



针对年龄、性别、消费水平、消费偏好、消费卡偏好情况等十多个维度进行分析；



追踪广告投放效果，得出精准数据统计，为品牌二次营销提供决策指导。

**以大数据技术驱动移动营销，大幅提升广告转化率和ROI**



根据会员消费等级及消费偏好lookalike人群



女性、24-35岁、金卡、白金卡用户、综合消费等级5-6级

覆盖丸美淡黑眼霜目标受众策略：







人工智能  
AI算法

定制化  
创意

多渠道  
整合

# 人工智能AI算法找准相似人群

**精准锁定用户：**

通过丸美授权会员信息，银联智惠通过人工智能AI算法深度学习种子人群消费特征，全面捕捉相似人群，进而精准锁定目标用户。

**细分目标用户：互动包、会员包、相似包**



线上互动人群  
及线下会员



相似人群



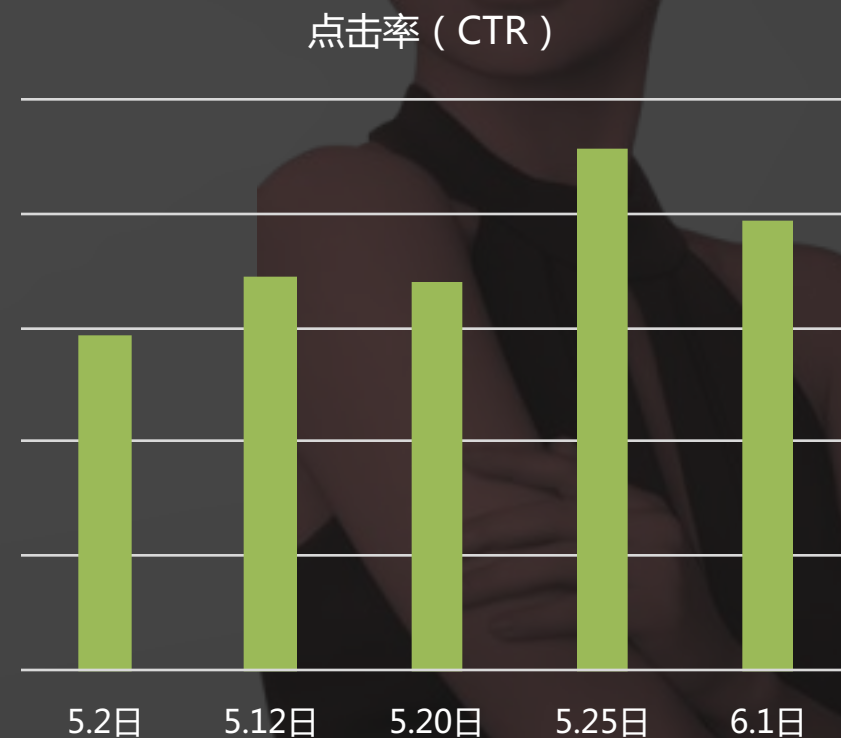
目标用户



# 推广亮点

## 结合节日及热点定制化创意

结合热点以及节日，多次定制化创意素材吸引TA，CTR不断提升。



# 结合节日热点定制化创意，吸引TA



更新素材



上线日

母亲节

520节

儿童节

银联智惠结合节日及“花儿与少年”的节目元素为品牌定制了多版创意，品牌展现效果均好于预期。



# 推广亮点

# 多种广告资源整合投放

投放优质媒体，多种广告形式立体化传播，千人千面，给TA想看的。



多种广告资源立体化传播，给TA想看的

Pre-roll feeds display 短信

# 多种广告资源立体化传播，给TA想看的



Pre-roll



feeds




display



短信

# 后续展望-建立丸美数据银行

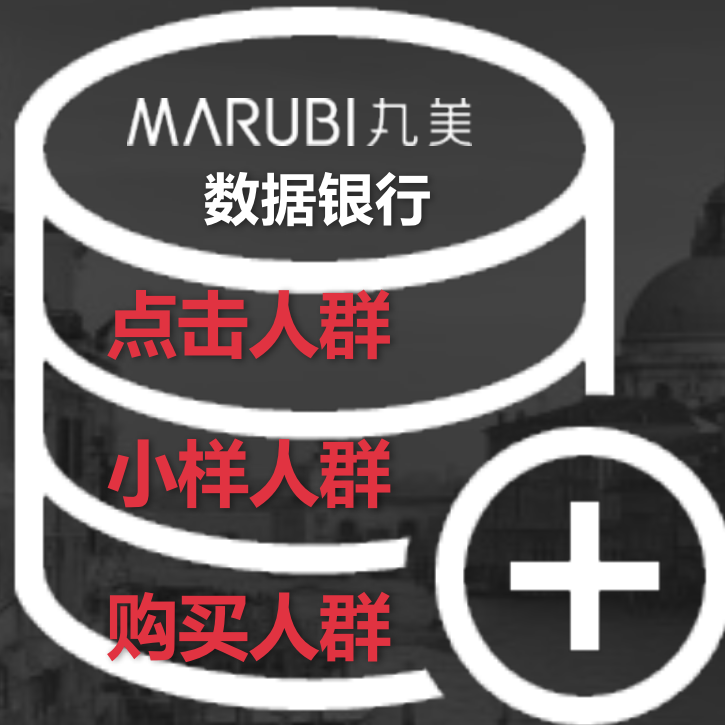
 丸美会员

 种子人群

 相似人群

 曝光人群

 点击人群



完善用户消费行为链路：  
消费偏好、品牌忠诚度、消费特征  
...

## 营销复用

丸美专属

实现数据复用

提升推广效率

助力二次营销

✓ 提升品牌曝光度

✓ 与潜在客户保持沟通

✓ 提升销售转化



## 整体投放效果



 曝光完成



 点击完成



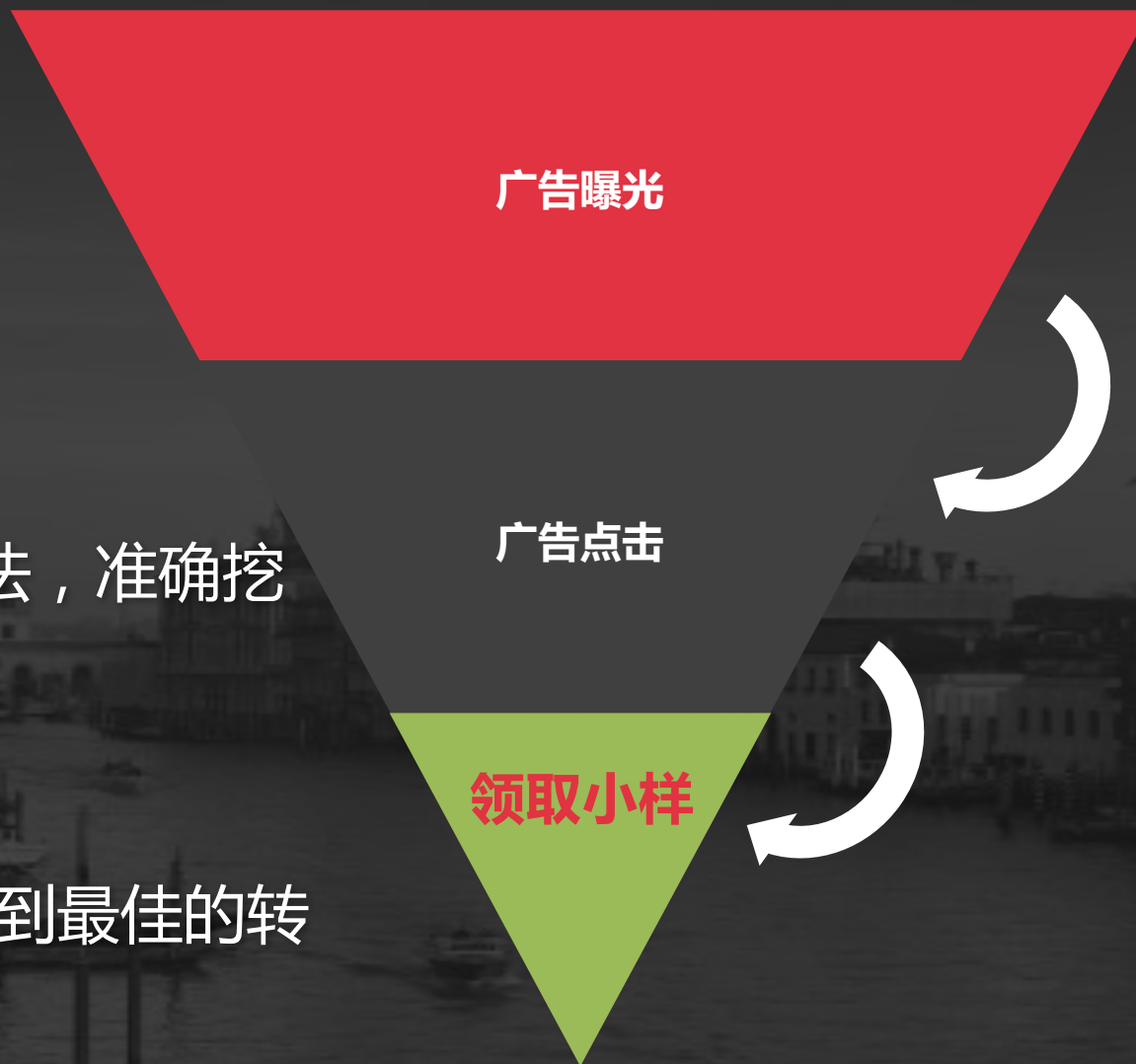
 CTR提升



实现近**海量**小样领取

近**亿万级**广告点击

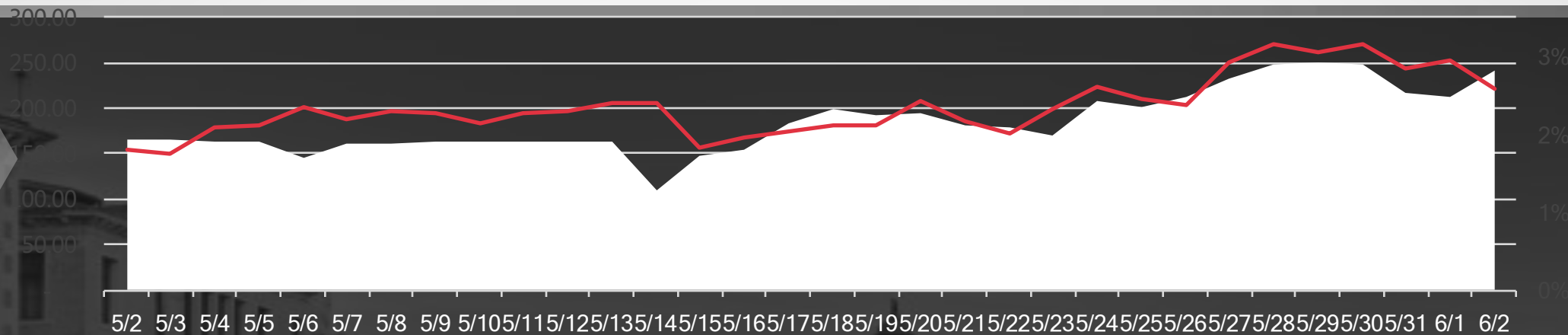
- ◆ 银联智惠通过人工智能AI算法，准确挖掘种子人群的相似人群
- ◆ 拉新成本效果超过预期
- ◆ 精准触达TA并实现转化，达到最佳的转化效果，提升投放效率



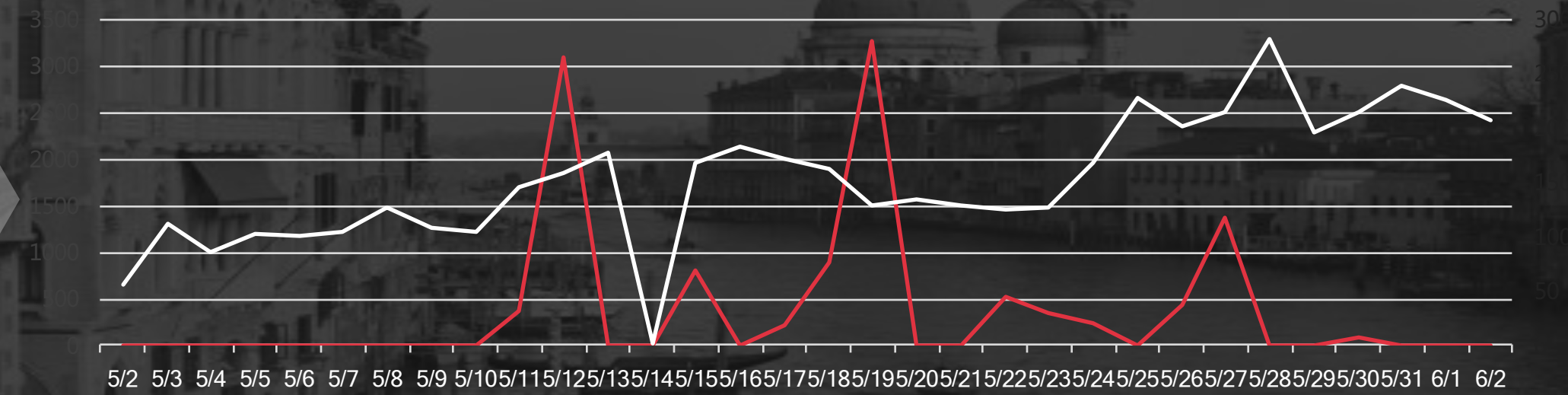
结合目标人群特征与产品定位，同时采用移动端广告及短信推广策略，有效实现销售额大幅提升。



前端投放表现  
后端转化效果



■ 曝光量 (万)    — 点击率    ◆ 投放一个月不断优化, CTR平稳且呈上升趋势



— 天猫销售额    — 领取小样数    ◆ 领取小样以及天猫销售额的效果也不断的提升  
◆ 节日期间显著提高