

公域私域联动，提升用户终生价值

- ◆ **品牌名称：**某国际美妆品牌
- ◆ **所属行业：**美妆行业
- ◆ **执行时间：**2020.09.30至今
- ◆ **参选类别：**全链路营销类



某国际美妆品牌



- ◆ 随着广告投放的快速变化，该国际美妆品牌希望用户数据平台链接各方数据，实现**公域**
+私域+SA联动，有效提升购买转化率；
- ◆ 希望通过公私域联合运营，提升用户全生命周期的价值，实现客户转化的最大化。

1. 通过CDP+营销自动化工具完成会员的多渠道触达

全渠道会员数据收集&治理

基于CDP多种功能，输出多种会员运营策略

制定会员个性化营销策略



线下门店



小程序商城



内嵌多种模型

RFM模型

Lookalike模型

评分模型

商品推荐模型

一方标签体系建立

基础属性标签

业务属性标签

产品属性标签

...

第三方标签丰富

会员行为标签

预测标签

...

自动化营销



短信



彩信



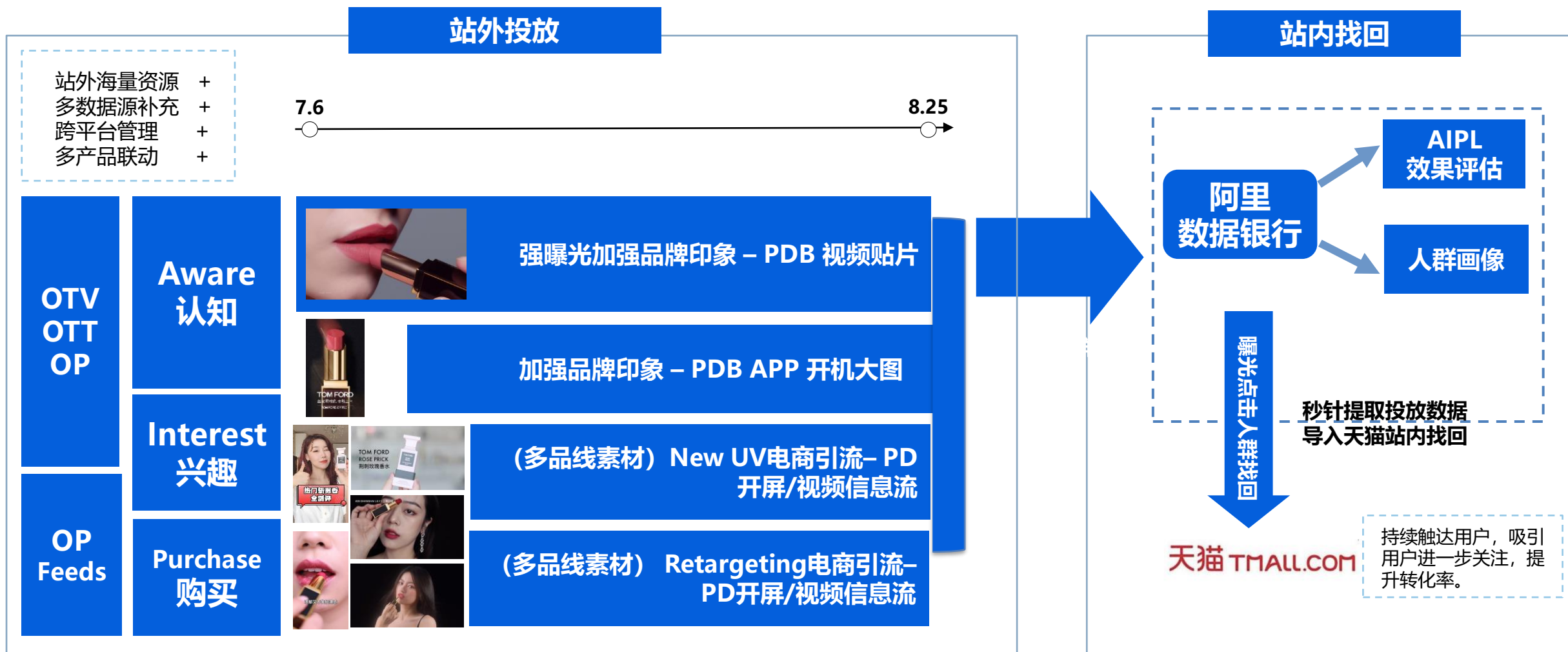
企业微信



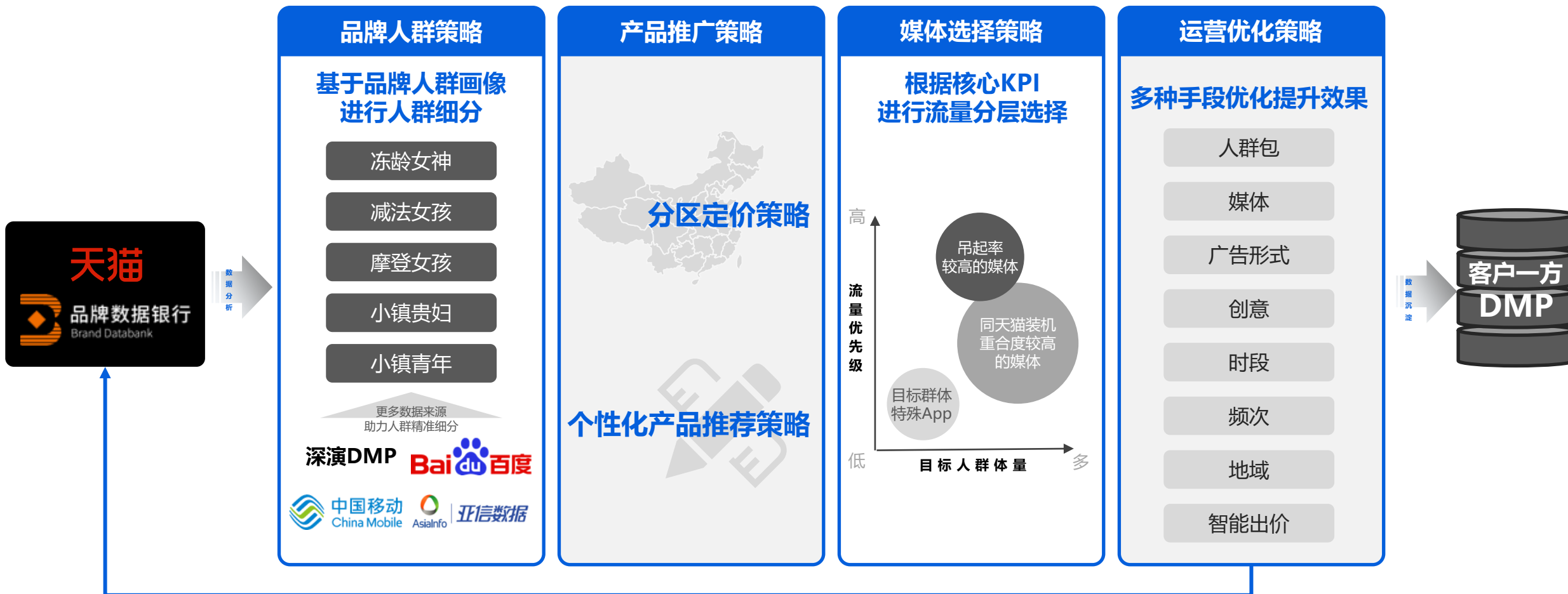
微信公众号



2. 深演智能联手天猫打造创新全域营销解决方案



3. 电商站外引流整体策略



数据回流至Databank
站内可有针对性的进行二次触达

人群策略

- MOB端优选的圈层人群扩大，扩展了时尚美妆、母婴、天猫高奢、视频VIP等人群；



- 天猫全域数据合作人群，圈选该品牌相关品类、竞品、高消费力等人群；
- 深演智能帮助挖掘更多具有高消费能力的潜在用户人群包

频控策略

- 新增APP PDB/APP PD/APK OTT/厂商OTT的Ad-serving，同时MOB端与OTT端分别联控；提升3+reach，最大化UV



- 推动更多厂商OTT通过回收设备的方式与APK OTT联合频控；

创意策略

- 多版素材test，找出最优素材版本



- 识别频次更换素材：根据推送频次更换物料，层层递进传递品牌信息

全域营销，实现客户转化最大化



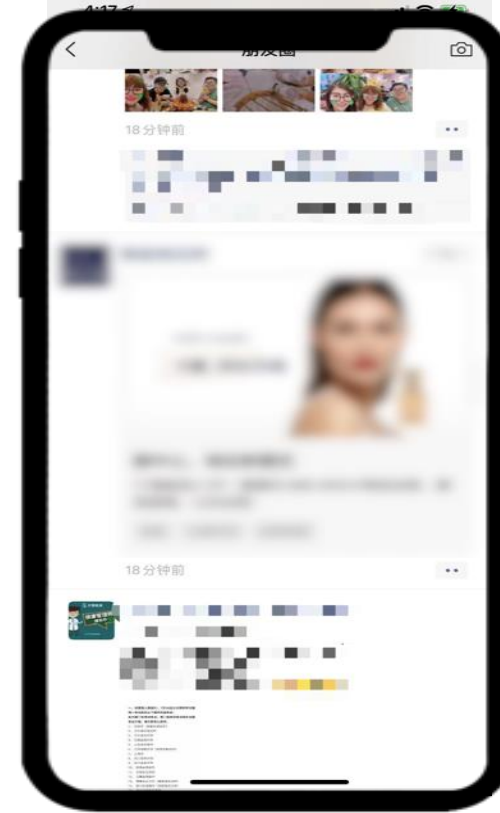
短信>>



彩信>>



企业微信>>



朋友圈广告>>

公域私域联动场景，提升用户终生价值

场景 1

已经和品牌有接触的潜客：
购买倾向客户预测模型



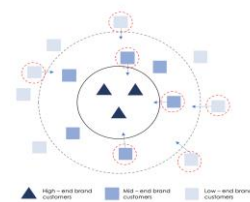
场景 2

初购用户：
基于品牌复购倾向预测模型



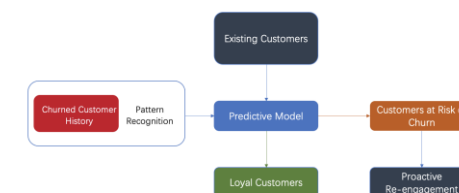
场景 3

复购用户：
消费升级倾向客户预测模型



场景 4

流失客户：
流失客户预警



场景1: 基于品牌主一方种子人群, 通过拉新模型, 寻找到品牌相似高潜人群, 广告点击率提升20%

分析洞察及策略建议

运营策略

效果评估

购买人群
(一方种子用户)

私域粉丝用户
(OpenID/手机号)

Lookalike



OpenID	潜客概率值
00021312	0.865
00038912	0.673
00081923	0.032
00089328	0.462
00021212	0.981
00090912	0.322
00067392	0.673

私域触达



示例图

广告点击率
20%

控制组 测试组

销售额

15%

控制组 测试组

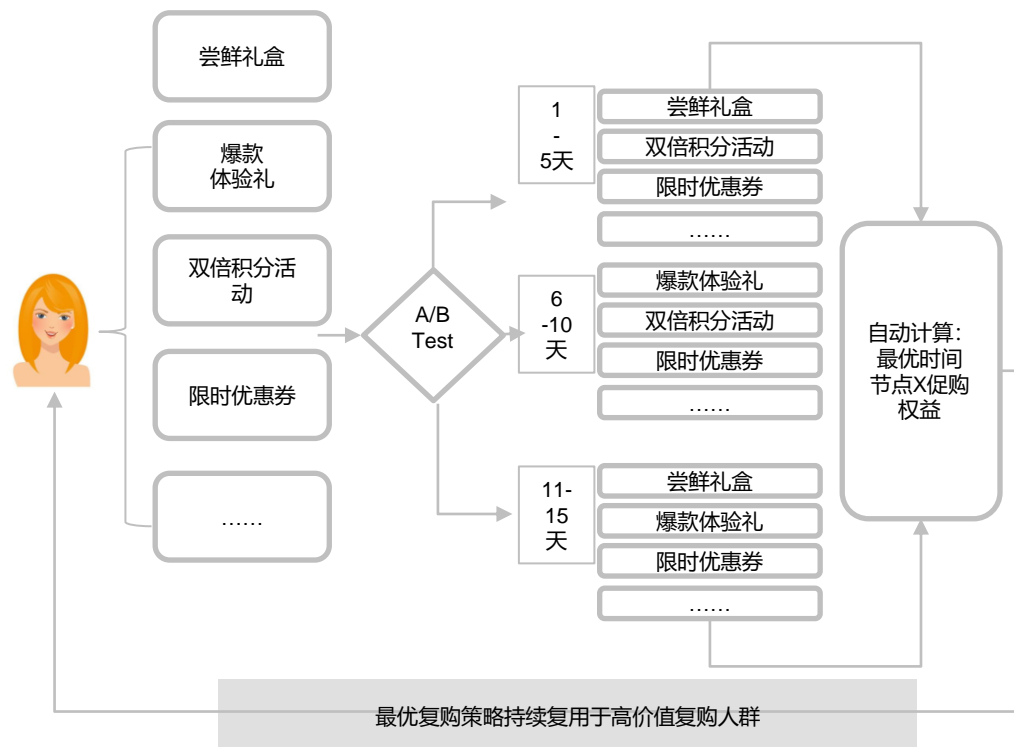
* 测试组(50%)和控制组(50%)的用户为随机抽选。

场景2: 全域特征模型输出复购概率, 优选复购策略, 复购转化率提升13%

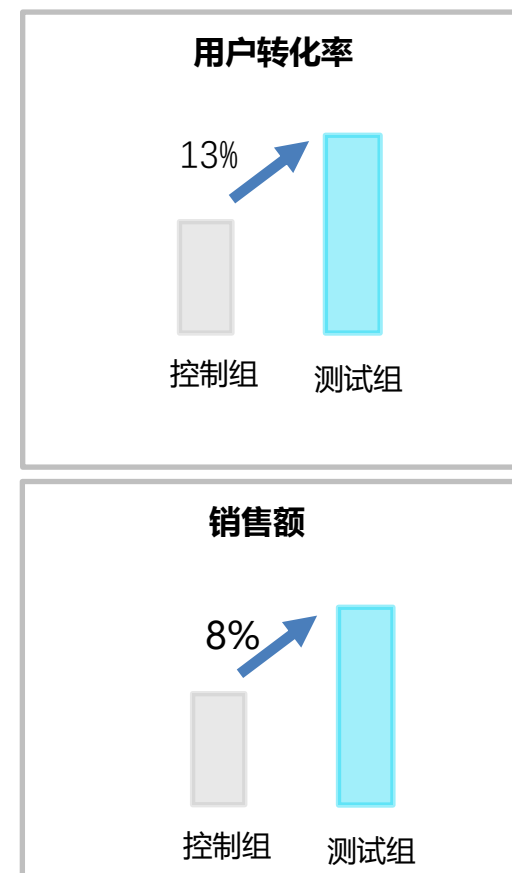
分析洞察及策略建议



复购策略A/B Test



效果评估



* 测试组(50%)和控制组(50%)的用户为随机抽选。

场景3: 为复购用户预测购买产品, 全域推送实现客单价Upsell18%

分析洞察及策略建议

UP
SELL

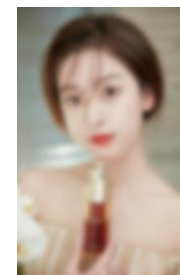
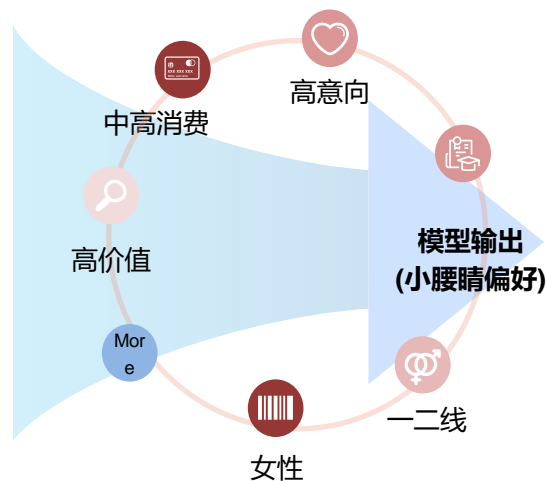


A产品
购买人群

模型结果输出

Customer ID	Latest SKU score	Highly SKU	购买概率
00021312	d0d	000d	0.865
00038912	6db	00ab	0.673
0001923	7gb	3gak	0.032
00089328	6saw	h0df	0.462
00021212	b2ls	3ach	0.981
00090912	d0d	00ab	0.322
00067392	7gb	h0df	0.673

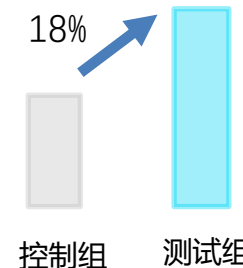
运营策略



多渠道推送A
产品信息及互动信息

效果评估

客单价



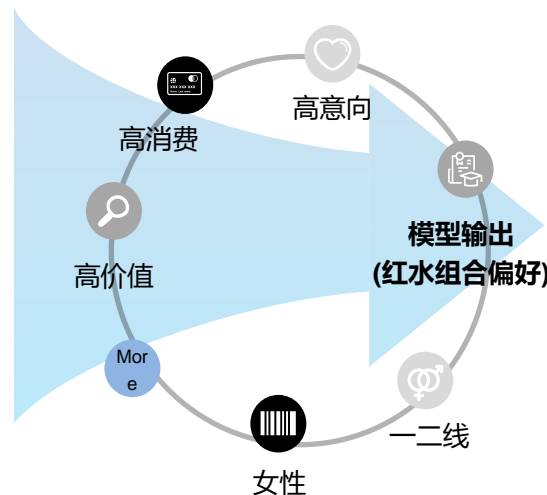
C
R
O
S
S
S
E
L
L



B产品
购买人群

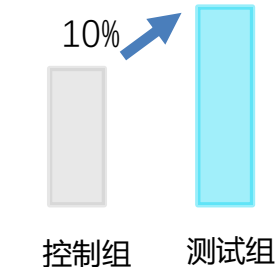
模型结果输出

Customer ID	SKU 1 score	SKU 2	SKU 3	SKU 4
00021312	0.865	0.322	0.000	0.746
00038912	0.673	0.287	0.014	0.021
0001923	0.032	0.053	0.779	0.023
00089328	0.462	0.875	0.004	0.000
00021212	0.981	0.212	0.652	0.982
00090912	0.322	0.129	0.821	0.120
00067392	0.673	0.293	0.001	0.812



多渠道推送含B产品的组合
产品信息及优惠策略,
带动Cross sell

销售额



* 测试组(50%)和控制组(50%)的用户为随机抽选。