

用数据和模型指导个性化，提升AIPL和购买转化

- ◆ **品牌名称：**某消毒品牌
- ◆ **所属行业：**个护行业
- ◆ **执行时间：**2020.06.30-2021.06.30
- ◆ **参选类别：**私域营销类



某个护品牌消毒产品 >>

科学高效的^{用户}精细化分层，指导个性化营销

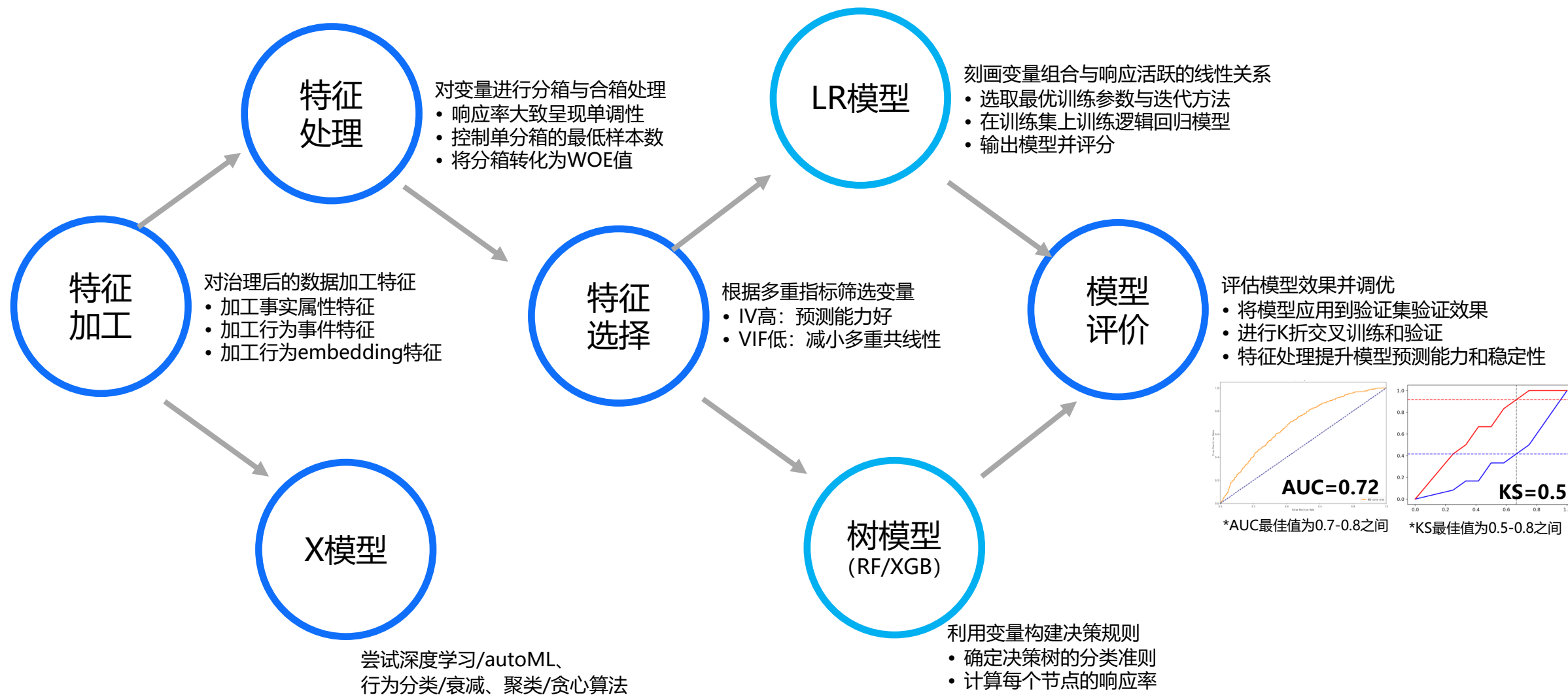
项目背景

2020年突如其来的疫情让中国消费者对卫生和健康的关注与日俱增，许多品牌顺势而为，试图抢占这一细分市场；

某个护品牌消毒产品作为行业领导地位的消毒产品，需要持续向消费者传递产品核心卖点及优势，识别品牌核心和兴趣人群，指导个性化营销。

即通过私域营销解决流量池的“活水源头”问题，并通过不断迭代，以提升运营效果。

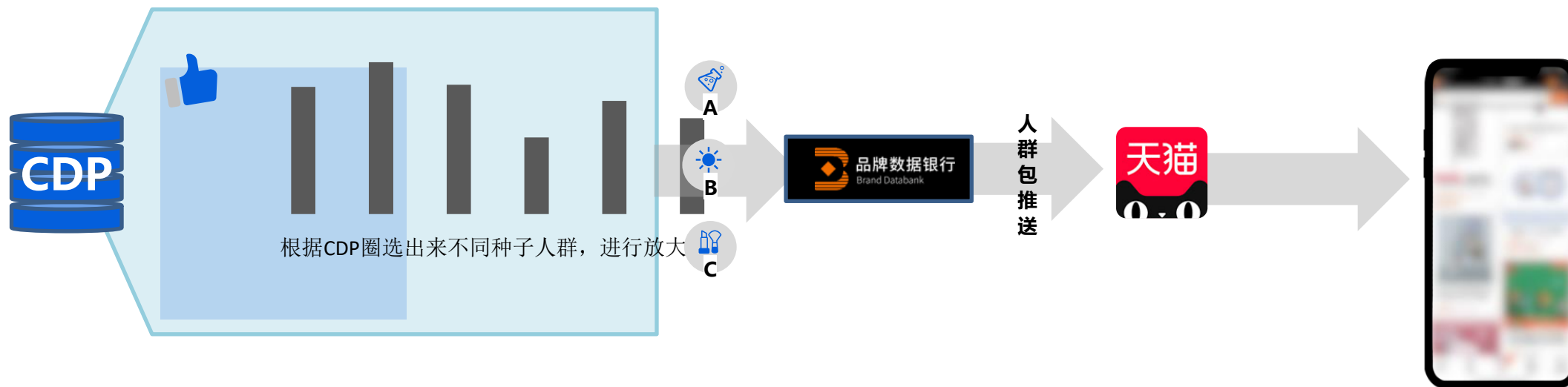
在预测人群包中选取活跃用户：模型训练过程



Step1: CDP筛选过往投放人群包效果

Step2: 上传优质人群包至天猫

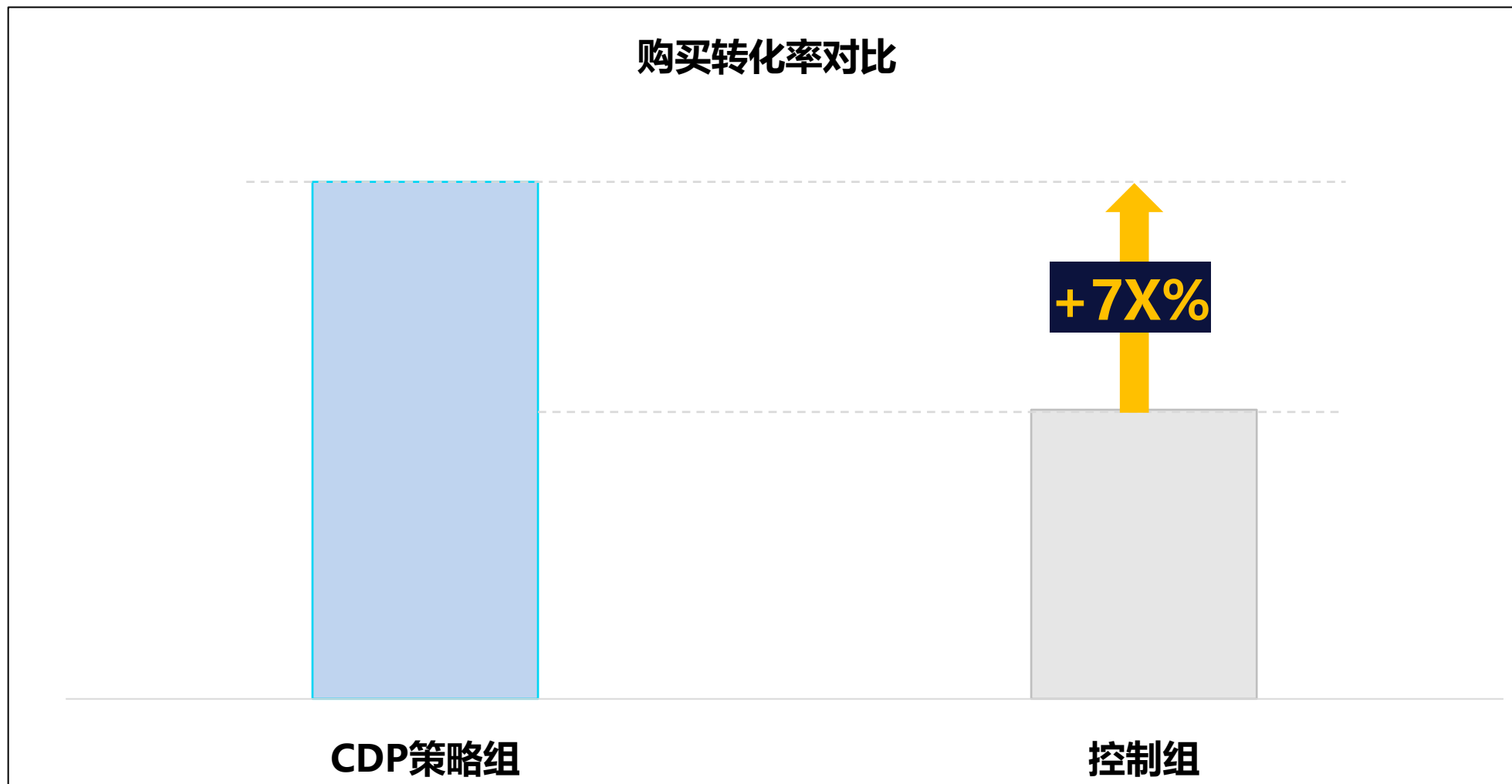
Step3: 天猫站内投放



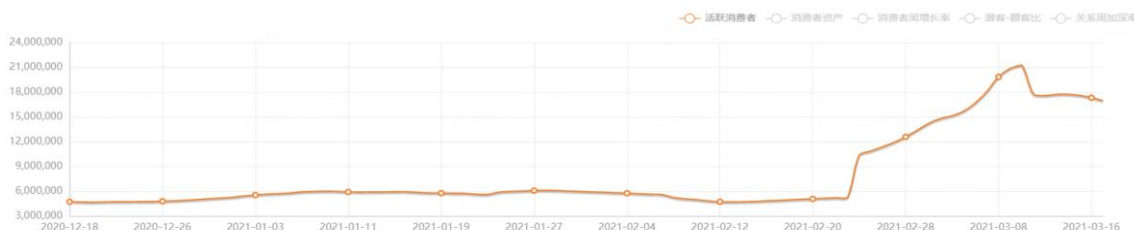
CDP助力电商站内用户精准触达，明显提升用户到店转化率

1.利用AlphaData™实现私域+SA联动，购买转化率提升70%以上





2.曝光覆盖**7X万** AIPL人群, 为品牌带来**14X万** 机会人群



58X,XXX

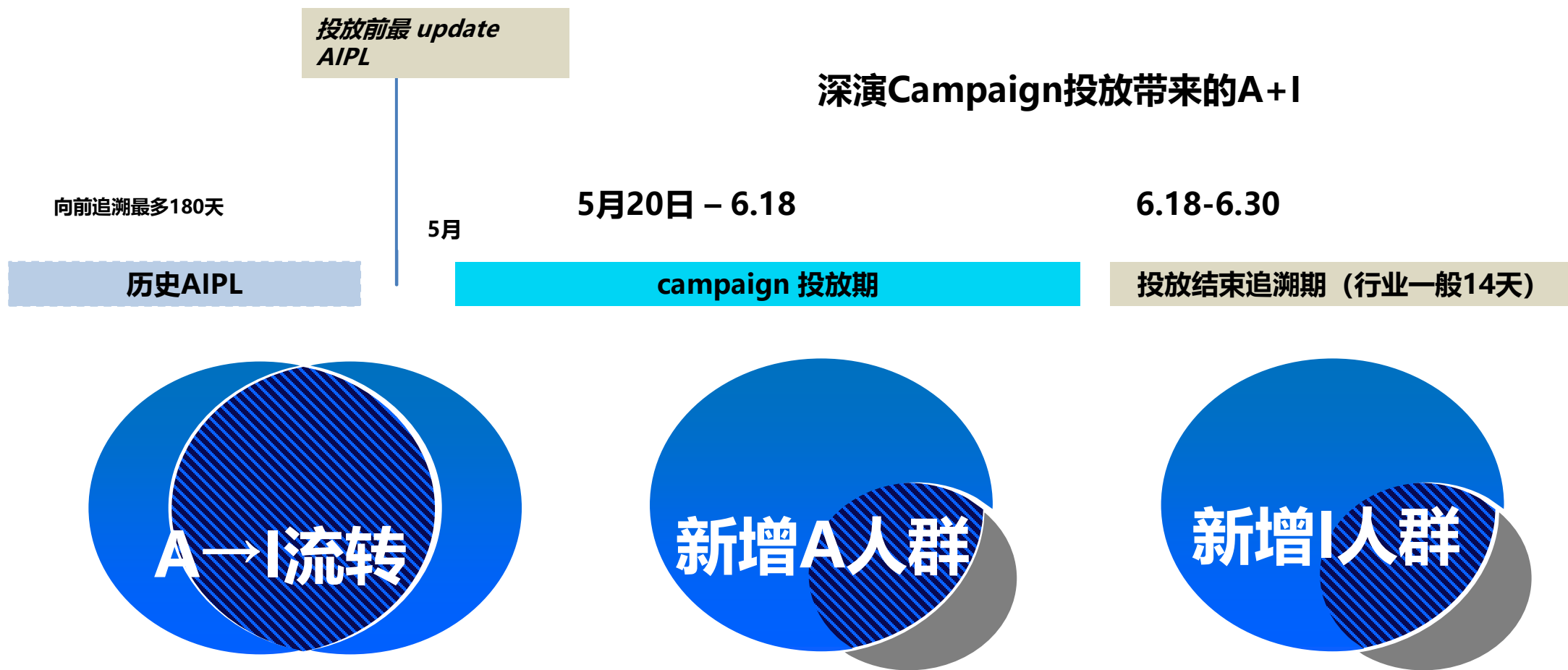
52X,XXX

3X,XXX

1X,XXX

1,XXX

3.为该品牌建立对Campaign新的评估体系，实现不同阶段的电商域内域外联动（618大促期间）



女性人群匹配

8X.22%

A→I流转率

4.XX%

获得新A/新I成本

- 100%

高于大盘85%