

定制化数据建模直击核心潜力人群 引爆阿迪达斯新品流量

- ◆ **品牌名称**：阿迪达斯
- ◆ **所属行业**：运动鞋服
- ◆ **执行时间**：2021.11
- ◆ **参选类别**：大数据营销类

营销背景

阿迪达斯FORUM系列运动鞋新品上市，但恰逢双十一大促节点，市场环境流量吃紧，竞争加剧。品牌希望有效利用核心人群建模，找到新品的潜在消费者并精准的拓展触达人群量级，配合品牌动态创意素材优化策略，保证在大促期间的投放规模和投放效率。

营销目标

根据已有品牌、达人营销广告素材触达进行**目标人群定位**。

通过数据工厂能力提升人群精准度，**挖掘大规模潜力消费者**。

竞价广告素材与精准人群包匹配，**快速起量促转**。

总体指标上，品牌希望在双十一期间达到更高的人群触达规模，进一步提升ROI

数据工厂快速赋能，连接品牌广告和效果广告，提升转化效果

探索期：通过品牌广告+达人营销广泛触达品牌目标人群，迅速激发新品声量及人群累积

优化期：通过数据工厂应用广告素材标签与行为数据建模，挖掘精准目标人群再进行人群扩量。

稳定期：目标人群与相应素材匹配，进行快速转化。

品牌广告

达人营销

数据工厂应用

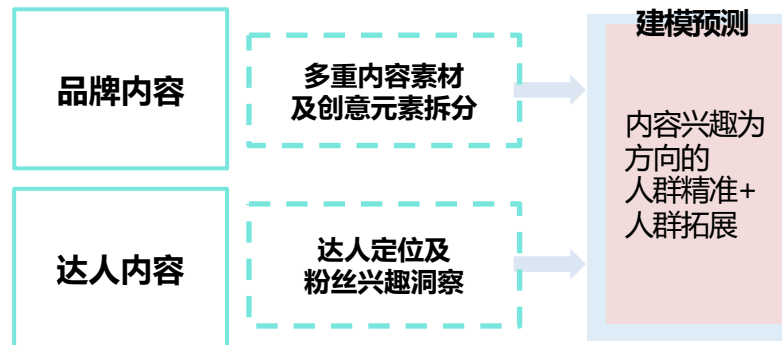
效果广告



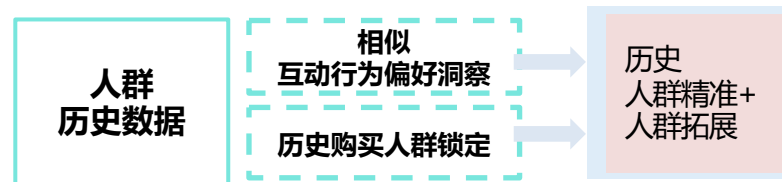
品牌广告大曝光快速吸引目标人群（街头潮流）关注。

基于品牌历史人群偏好筛选KOL，定位潮人、舞蹈类、篮球类KOL，触达粉丝人群。

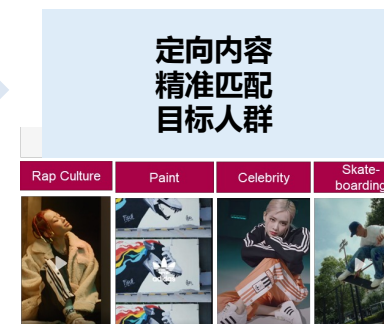
内容特征赋能人群建模



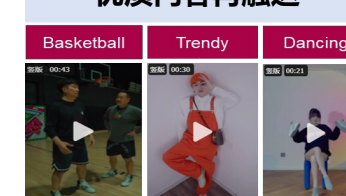
行为数据赋能人群建模



巨量千川投放



优质内容再触达



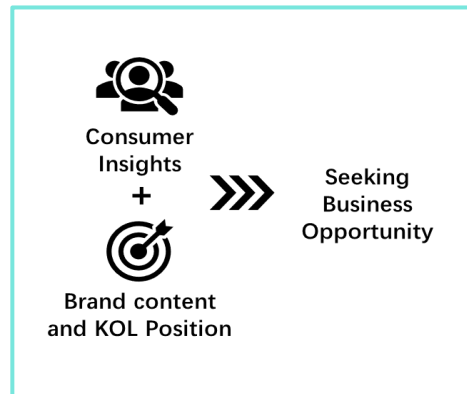
数据建模提升人群精准度与量级，优化效果广告投放



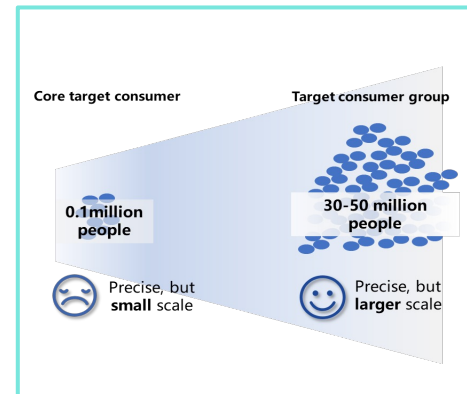
- 素材剪辑：长视频剪成适合短视频投放的长度，分类关键信息点与内容场景



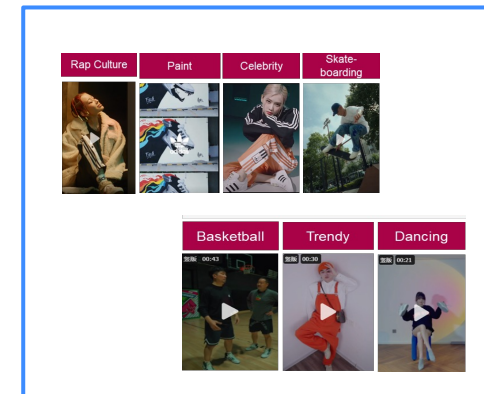
- 内容定位：分析品牌素材与达人素材内容定位
- 人群分析：分析达人定位及粉丝人群偏好并洞察机会



- 核心人群定位：基于素材定位、达人定位与粉丝人群偏好分析，找到核心精准人群
- 人群建模拓展：在行业人群中精准人群建模放大



- 人群与素材精准匹配：不同人群定位不同广告素材，进行人群精准投放
- 实时优化：选择高表现剪辑素材实时优



素材拆解：对原始广告素材进行剪辑分类，分类关键信息点与内容场景

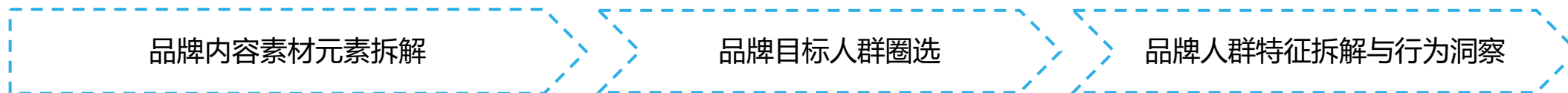
拆解达人/品牌原始视频

通过强化创意的不同方向，
最大化使用原始素材

生成不同方向的创意素材



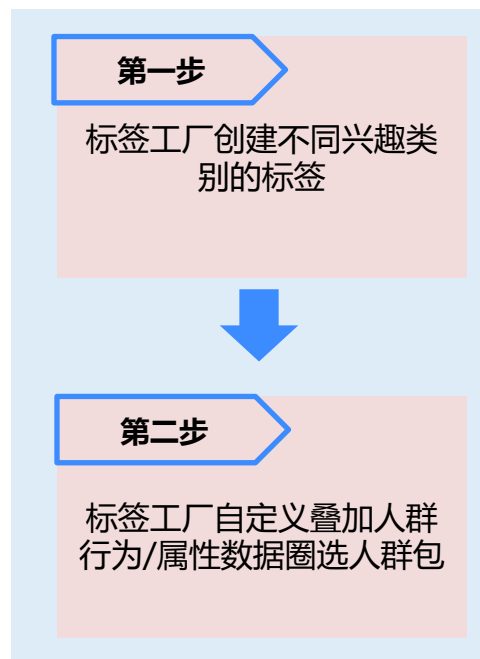
洞察机会：拆解品牌素材内容元素，借助标签工厂圈选兴趣人群包。



基于品牌素材提炼内容营销元素，
定位该素材对应人群标签

利用品牌元素定位人群标签，
圈选定制化人群包

品牌人群特征与行为洞察帮助品牌了解不同
人群显著特征，发掘新的机会点



洞察机会：分析达人定位和粉丝人群兴趣偏好圈选兴趣人群。

达人粉丝人群特征定位

聚合粉丝偏好，优化人群标签

品牌人群特征拆解与行为洞察

第一步

品牌合作达人完整粉丝画像结合达人定位



+



KOL定位

第二步

不同的达人粉丝人群特征及偏好分析



兴趣偏好	手机品牌-苹果 56.62% TGI 310	人生阶段-二人世界 61.28% TGI 583
游戏	4% TGI 196	4.5% TGI 220
汽车	5% TGI 167	5.1% TGI 176
科技		4.6% TGI 176
情感		4.6% TGI 168
二次元		

聚合KOL粉丝人群行为和兴趣偏好，生成KOL粉丝三大兴趣方向



篮球



舞蹈



潮流



通过数据工厂，利用三大兴趣偏好方向，进行内容/素材与目标人群的匹配

通过品牌人群特征与行为洞察，深度了解消费者兴趣偏好方向，从而助力内容创作更贴近消费者偏好



洞察机会：基于一方数据和目标商品集数据，精准锁定品牌历史购买人群； 基于云图的人群特征洞察挖掘显著性特征，为建模圈选人群做准备

数据工厂赋能品牌锁定历史行为人群

高关联历史人群分析优化效果广告

品牌广告+历史购买：企业一方数据结合A4人群精准锁定品牌的历史购买人群及效果评估

企业一方数据 (CRM)

×

巨量云图 A4人群

×

Forum 品牌广告 累积人群

历史目标商品集购买：基于三叶草Top20热卖商品集，细化历史高转化高关联的人群标签

系列	商品图片&排名	核心人群 (曝光人数&购买人数)	机会人群 (占比高转化&高关联人群)
EQT BASK ADV V2 经典运动鞋	 <p>No.1 No.2 No.5</p>	精致妈妈 新锐白领 都市白领 小镇青年	资深中产
COAST STAR 运动鞋	 <p>No.3 No.6</p>	精致妈妈 新锐白领 都市白领 小镇青年	资深中产
STREETBALL 经典运动鞋	 <p>No.7 No.9</p>	新锐白领 都市白领 小镇青年	资深中产

Top20 热卖商品人群分析

历史购买人群特征分析精准还原高关联历史人群特征，为进一步圈选新品人群包做准备



基于云图人群特征挖掘人群显著偏好，优化新品广告内容

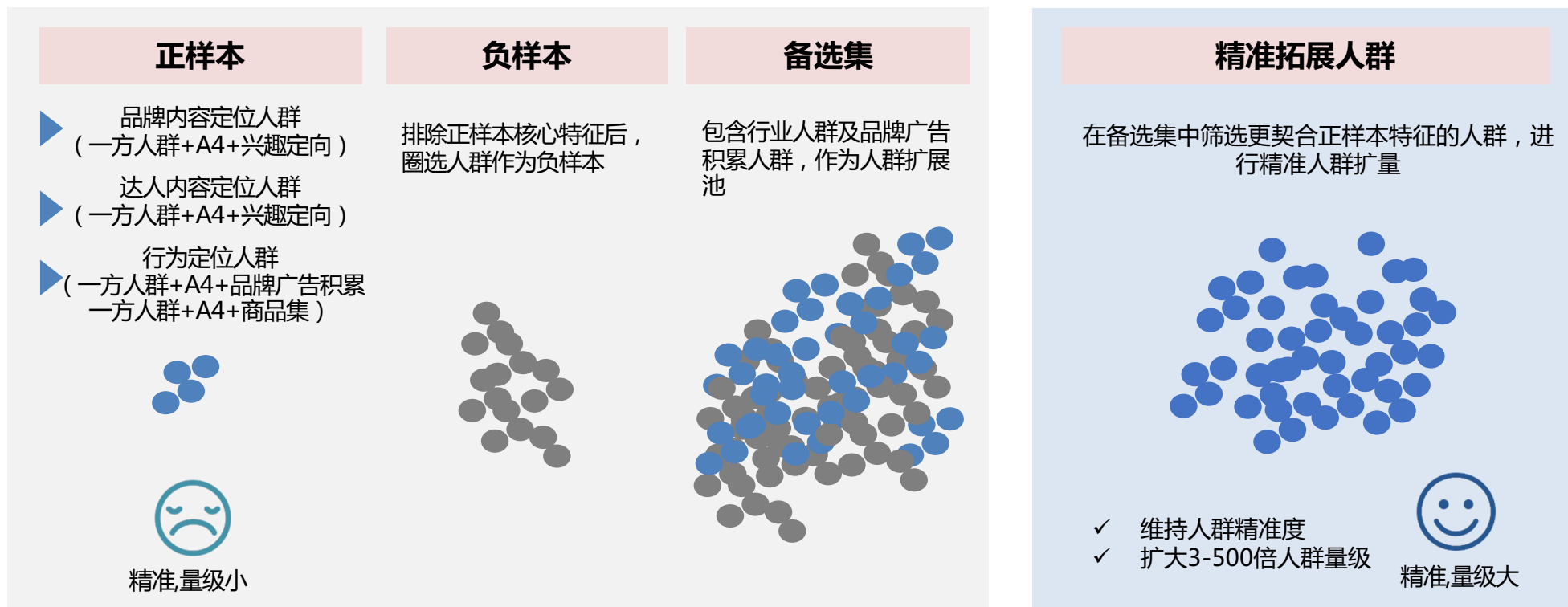


品牌人群特征拆解与行为洞察
赋能精准化圈选目标人群，实现历史购买人群再转化

核心人群建模放大：定位正样本建模挖掘行业人群中潜在人群，从而拓展核心人群量级。 解决大促期间因精准人群量级不够而导致的投放缩水，效果不佳等问题

数据工厂赋能品牌锁定历史行为人群

高关联历史人群分析优化效果广告



建模预测执行



效果数据

+91%

成交ROI提升

+329%

人群转粉率提升

+62%

人群CTR提升

案例亮点

深度数据应用构建人群策略

深度应用数据工厂能力，利用**标签工厂**对品牌广告触达人群、达人粉丝及历史购买人群特征进行挖掘，快速定位核心目标群体。再通过**建模预测**对核心目标群体精准化圈定，定向扩展人群量级，找到高度契合品牌目标的大量潜力人群。

品效组合投放提升效率

基于前期品牌广告与达人营销的投放触达，快速积累目标人群及内容偏好等特征信息，再依托数据挖掘能力，洞察营销机会点，有效提升效果广告投放效率。

素材效果不断加持

通过对数据工厂建模的人群投放，CTR和ROI短期快速提升。帮助广告素材优化提升质量，带动广告素材对应的其他投放人群效果加持。