

燃爆618营销，助力五个女博士人群资产破亿

- **品牌名称：**五个女博士
- **所属行业：**美妆
- **执行时间：**2024.5.22-2024.6.19
- **参选类别：**效果营销类

一、项目背景

营养膳食行业

消费者对营养“**精细化**”“**高阶化**”的追求，
营养膳食行业市场规模逐年扩大。

膳食保健电商行业**市场规模大、销售渠道多
元化、行业优势明显**，面临着**产品真实性、
售后服务和产品质量**等方面的挑战。



五个女博士品牌背景

理念

五个女博士聚焦**口服美容产品赛道**上的研发，为不同年龄段的女性传递高品质的生活和健康理念。

技术

五个女博士研发出的**“胶原护盾”技术**，赢得广泛的认可。

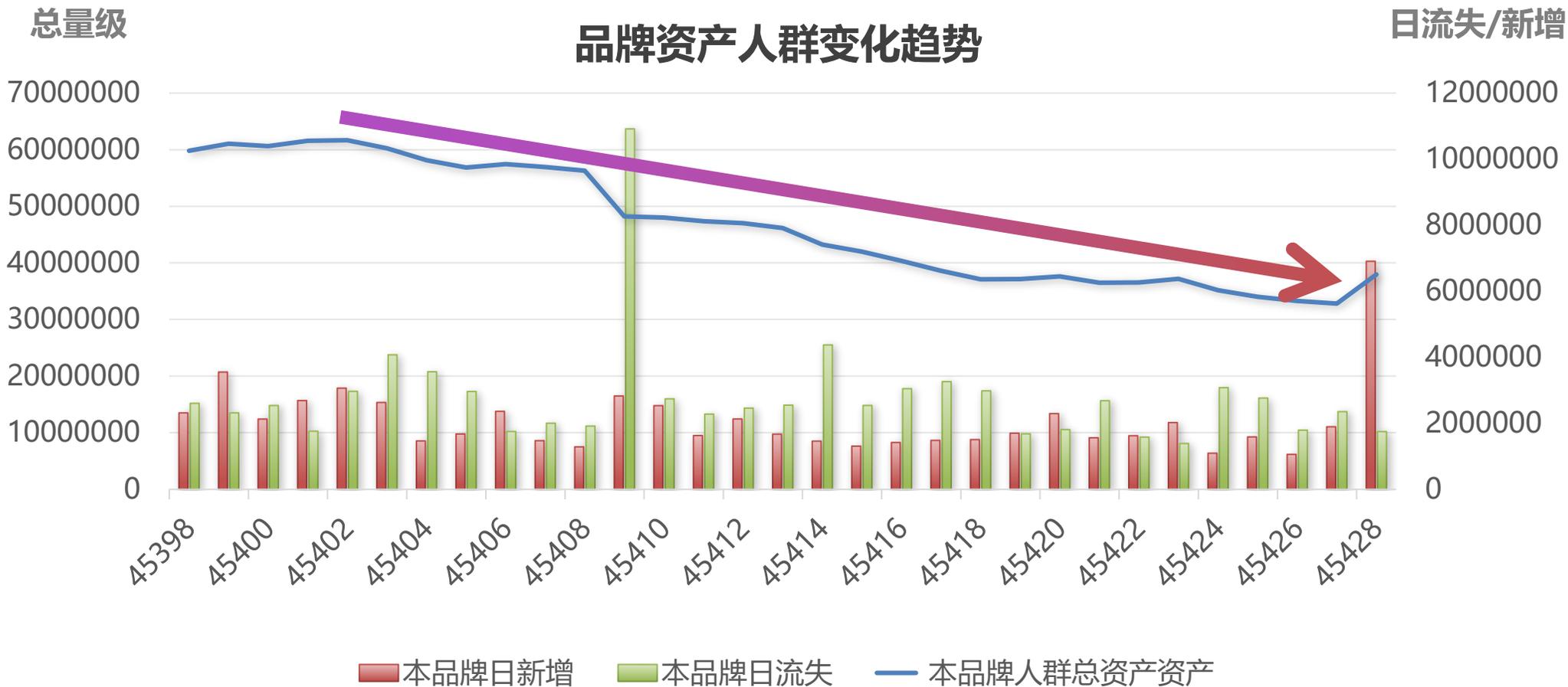
产品

爆款：胶原蛋白经典肽、升级肽；**新款**：抗糖营养饮。

成分

胶原蛋白肽、维C、GABA、葡萄糖酸锌和烟酰胺等**皮肤友好成分**

预警：5A人群基数仅3kw，且总量持续下滑，日流失高于日新增

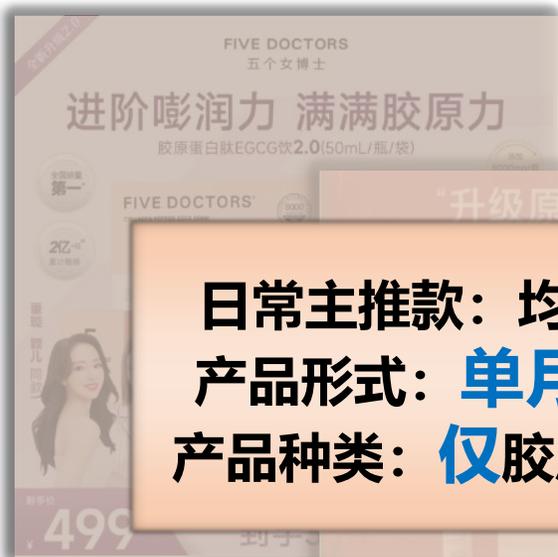


难点：618平台流量成本激增，品牌主推**高客单**产品，如何高效营销转化？

and

日常主推款：均价**500**
产品形式：**单月/双月**
产品种类：**仅胶原蛋白肽**

大促主推款：均价**2000**
产品形式：**半年囤货装**
种类变化：**新增抗糖饮**



项目目标



- 人群**量级**
- 人群**流转**
- 潜在人群**渗透**

人群提升



- 内容**种草力**
- 内容**曝光量**

内容提质



- **筛选**达人
- 达人**种草能力**
- **爆文**影响力

达人优化



- **搜索词**流量
- **搜索**点击**成交率**

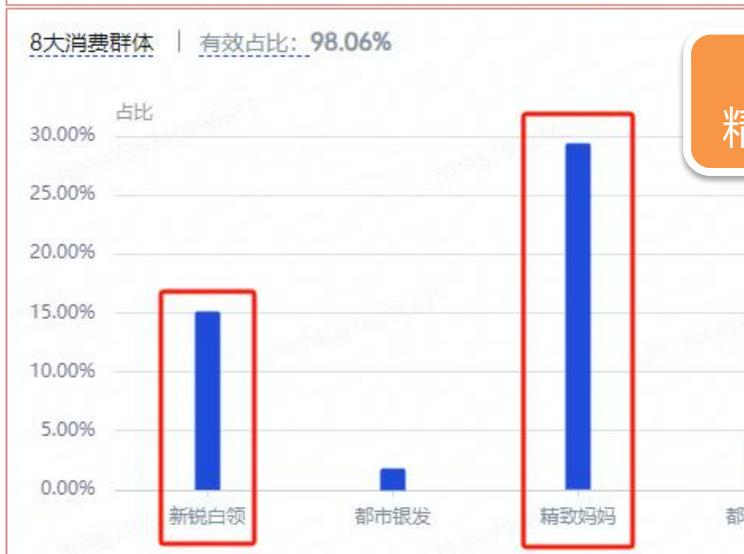
触点提效

二、项目洞察与策略

性别：女

年龄：24-40岁

消费能力：高消费



核心八大人群：
精致妈妈、小镇青年、资深中产、新锐白领



云图初筛

TA选+内容选+带货效果选

- ① TA选：100位
种草人群与达人看播人群做覆盖度匹配
- ② 内容选：100位
选择产品高关联品类行业
- ③ 带货效果选：100位
客单价区间、历史合作信息

云图二筛

- ① TA选与内容选共同推荐
- ② TA与带货效果共同推荐

星图三筛

星图指数、种草指数、GPM

品牌精筛

考察指标

- ① 近1月转评赞表现
- ② 内容风格
- ③ 达人报价
- ④ 达人历史口碑

五个女博士 关键词拓展



排名	商品	核心搜索词 (搜索次数)	成交金额	成交量	成交人数
1	 五个女博士胶原蛋白肽维C饮品 小分子低聚肽 官方正品热卖 口服液 商品ID: 3577672685746004246	1:五个女博士(3,772) 2:胶原蛋白肽是不是智商税(2,894) 3:胶原蛋白肽饮品第一名(2,436)	63,250	158	148
2	 【宠粉福利】五个女博士品牌 胶原蛋白肽维C饮低聚肽 50ml*10... 商品ID: 3547776311315589560	1:好平静(31,329) 2:五个女博士(10,878) 3:胶原蛋白肽(7,279)	44,121	177	173
3	 五个女博士 胶原蛋白肽维C饮品 小分子低聚肽 官方正品热卖推荐 商品ID: 3544648849299740761	1:五个女博士(7,295) 2:五个女博士胶原饮(6,803) 3:胶原蛋白肽饮品第一名(3,082)	26,781	108	99
4	 五个女博士品牌 胶原蛋白肽维C饮 50ml*10瓶*3盒【正品官方旗舰... 商品ID: 3542978871525830950	1:五个女博士(2,604) 2:胶原蛋白肽饮品第一名(1,246) 3:五个女博士胶原蛋白肽销量... (885)	17,122	57	57
5	 五个女博士胶原蛋白肽维C饮品小分子50ml*10瓶/盒营养官方正品 商品ID: 3543740422780223771	1:吕一(17,620) 2:五个女博士胶原饮(11,125) 3:五个女博士(6,624)	8,223	33	30

搜索触点后链路优化

- ① 依据搜后成交金额的高低，调整搜索品专的商品展示顺序
搜后成交金额榜单（上图）
- ② 商品点击→商品转化率优化：offer机制，直播间内加强逼单



成交VS流量

直播间成交人群VS流量人群，进一步精准广告付费流人群

核心成交人群：资深中产 > 精致妈妈 > 新锐白领；辅助成交人群：小镇青年 > 小镇中老年；排除人群：都市银发、都市蓝领、Z时代

01

放大

追加对资深中产人群的渗透

02

提升

新锐白领看播成交率较高，但相比中产和妈妈群，白领人群渗透浓度较低，增加对新锐白领人群的拉新转化

03

持续

过1999和2999套餐时，以资深中产和精致妈妈这两大类人群为主，持续触达

04

辅助

过升级肽双月套餐时，除核心群体外，可以辅助追加对小镇青年和小镇中老年中的高消费人群进行引流

三、策略执行

星

推

搜

直

step1-星

1. 确定种草人群
2. 确定达人

step2-内容热推

1. 千人千面素材
2. 爆文加热

step3-搜索

1. 挂载小蓝词
2. 关键词矩阵
3. 搜索品专承接

step4-直播收割

投放促成交人群



项目执行-筛选合作达人

执行过程/媒体表现

云图初筛

TA选+内容选+带货效果选

- ① TA选: 100位
一阶段种草人群与达人看播人群做覆盖度匹配
- ② 内容选: 100位
膳食营养品、时尚、美食、生活记录
- ③ 带货效果选: 100位
客单价区间、行业近90天合作

云图二筛

筛选方式: 30位

- ① TA选与内容选共同推荐
- ② TA与带货效果共同推荐

星图三筛

筛选方式: 25位

- ① 星图指数
- ② 种草指数
- ③ GPM

品牌精筛

筛选方式

- ① 近1月转评赞表现
- ② 内容风格
- ③ 达人报价
- ④ 达人历史口碑

TA选达人 内容选达人 带货效果选达人 二筛达人 星图三筛																
菜单 撤销 重做 格式刷 清除格式 插入 B S I U 田 三 三 三 拆分单元格 ¥ % ° ↓ 冻结 筛选 排序 条件格式 更多 查找和替换 评论																
A1	TA选达人&内容选达人															
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	
1	TA选达人&内容选达人															
2	序号	抖音号	达人	粉丝数	达人ID	所属MCN	内容类型	量爆率	星图传播指	星图种草指	达人粉丝人	达人看完人	达人内容互	达人粉丝重	已购人群重	达人
3	1	5144228	豆豆_Babe	1333.2w	数值:6596	豆可以传媒	美妆/美妆类	0.00%	80.3	92	数值:0.03	0.28%	0.13%	0.19%	0.00%	数值
4	2	GAOAI PAN	数值:高矮胖瘦·9月16号11点植然方适专场	870.9w	数值:6819	高矮胖瘦	剧情搞笑/娱	0.00%	69.5	6.7	数值:5.25	0.29%	0.32%	0.30%	0.00%	数值
5	3	zhangcailin	张踩铃	764.1w	数值:6819	无	剧情搞笑/娱	100.00%	89.1	80.4	数值:2.11	0.19%	0.19%	0.24%	0.00%	数值
6	4	td.coaoko	铁兜	639.5w	数值:6629	无	生活/其他、	50.00%	89.5	84	数值:1.07	0.12%	0.15%	0.16%	0.20%	数值
7	5	3897894	数值:呗呗兔_14号10点玫珂菲欧莱雅悦瞳	890.0w	数值:6648	无	数值:美妆/	0.00%	73.6	88.7	数值:0.05	0.43%	0.24%	0.23%	1.23%	数值
8	6	shenyefach	数值:深夜徐老师 (16号直播秋装上新)	860.7w	数值:6638	小雨互动	美妆/美妆类	12.00%	84.3	93.7	数值:0.02	0.10%	0.05%	0.15%	0.00%	数值
9	7	148931224	红鹤陈易欣	652.4w	数值:6950	不凡世界	数值:美妆/	0.00%	79.5	60	数值:0.02	0.18%	0.09%	0.16%	1.10%	数值
10	8	4181372	辣辣来撸妆	644.1w	数值:6667	无	美妆/美妆类	0.00%	70.2	94.3	数值:0.02	0.13%	0.06%	0.15%	0.0	数值
11	9	luowangyu	骆王宇	2010.8w	数值:6749	白兔视频	美妆/护肤类	0.00%	52.3	98.9	数值:0.01	0.10%	0.03%	0.13%	0.16%	数值

<p>质爆 指内容发布后3天，A3新增率处于分行业前50%，具有极强种草效率的达人内容</p>				<p>星图视频加热率</p> <p>60% --</p> <p>对比品牌中位数</p> <p>90.63%</p>	<p>爆文率</p> <p>80% --</p> <p>对比品牌中位数</p> <p>66.67%</p>	<p>爆文加热率</p> <p>75% --</p> <p>对比品牌中位数</p> <p>88.77%</p>	
<p>第二象限</p> <p>质爆</p> <p>高优加热区，增大传播范围</p> <p>规模 :45%</p>		<p>第一象限</p> <p>质爆 量爆</p> <p>标杆内容区，内容拆解复刻</p> <p>规模 :5%</p>		<p>量爆</p> <p>指内容发布后3天，自然播放量处于分行业前10%，具有极强原生传播力的达人内容</p>	<p>量爆率</p> <p>0% --</p> <p>对比品牌中位数</p> <p>13.9%</p>	<p>质爆率</p> <p>80% --</p> <p>对比品牌中位数</p> <p>66.67%</p>	<p>质爆加热率</p> <p>75% --</p> <p>对比品牌中位数</p> <p>88.77%</p>
<p>第三象限</p> <p>非爆文</p> <p>内容调优区，搭配流量测试</p> <p>规模 :45%</p>		<p>第四象限</p> <p>量爆</p> <p>心智加深区，增加品牌露出</p> <p>规模 :5%</p>			<p style="text-align: center;">爆文加热</p> <p>(1) 质曝率与加热率，表现优异</p> <p>(2) 量曝率表现差，对质曝文进行加热和二次曝光，争取转化为双曝文</p>		
排名	内容	爆文类型	自然商业流量				
1	<p>妈妈不是超人，... 小小莎老师... 抖音号: Xiaosh...</p>	质爆					
2	<p>繁忙的工作中也... 沃顿妈妈 抖音号: 138501...</p>	质爆					
3	<p>断更一个月，逛... vivi老师啊 抖音号: 937612...</p>	质爆					

人群来源

内容优化动作

新客拉新、老客召回

新客

核心成交人群拉新

千人千面

种草通

素材优化

内容形式：科普

出境人物：专业人士、KOL等

细分场景人群拉新

千人千面

搜索品专

话题：好物分享

产品：抗糖升级肽套组

行业人群拉新

千人千面

直播话术

内容点：内服、小分子、标杆好喝、孕期可喝、配方干净

人群持续转化：SPUA1\A2\A3→SPUA4\A5



老客

本次主推SPU存量人群

千人千面

千川短视频

内容形式：促销类、囤货类

主播：cue老客、有效、福利

千川：破价、囤货、新品

日常爆款SPU购买人群

千人千面

直播话术

产品：抗糖升级肽套组

内容点：有效果、优惠、产品好

老客召回：存量SPUA4/A5→新增SPUA4/A5



四、项目成果

项目关键成果指标概览

项目成果			
项目	Pre	Post	Uplift
广告消耗	千川消耗: 1000w+ 、品牌广告消耗: 40w+		
项目周期	2024.5.22-2024.6.19		
A3变化	1**,161	4**,471	提升146.8%
5A变化	3000w+	1亿+	提升69.5%
种草力 (IDEA)	5+	10+	增长97%
ROI	1.X	2.X	提高42%
GMV (万)	1000w+	1X00w+	上涨53%



人群成果数据化展示

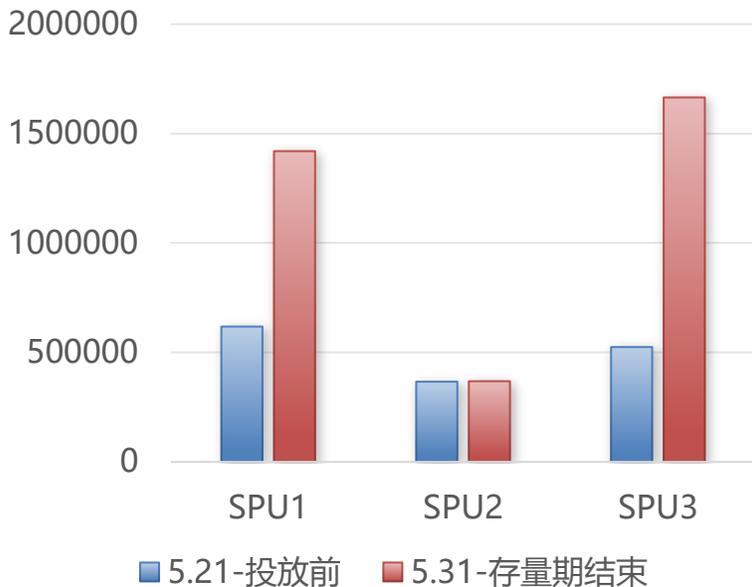
营销效果与市场反馈

01 SPU 5A量级**增长**

SPU1: 人群量级提升**56.47%**

SPU3: 人群量级提升**68.50%**

SPU-5A人群资产变化



02 品牌5A量级**增长**

品牌5A人群量级突破**1亿+**

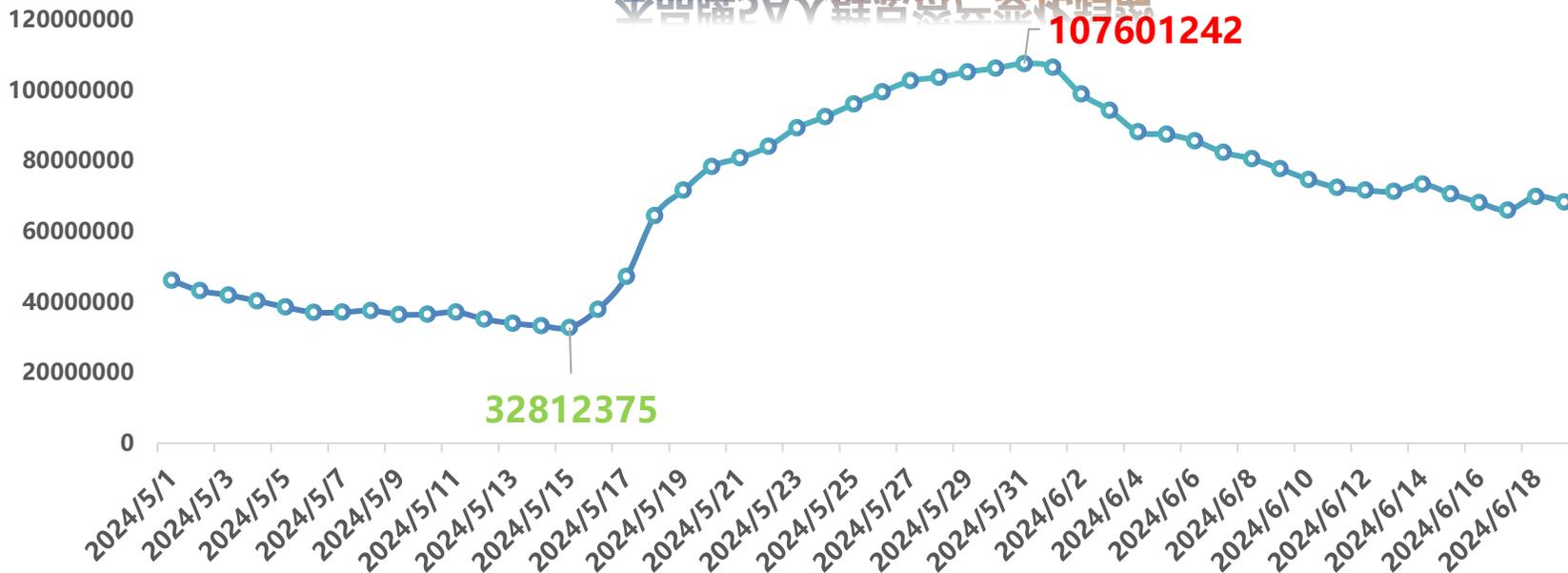
相比于投放前, 提升**69.50%**

03 人群底盘稳定**放大**

投放前人群底盘在3~4kw徘徊

项目完整结束, 人群底盘放大到**8kw**

本品牌5A人群总资产变化趋势



种草流转转化三优 **种草**



品牌口碑正增负减 **口碑**



种草力(I)	种草转化力(E)	跨级转化力(D)	站外转化力(A)
种草量 有优势	种草转化量 有优势	跨级转化量 有优势	站外转化力 有劣势
环比 ▲ 152.01%	环比 ▼ 13.99%	环比 ▲ 26.18%	环比 ▼ 68.1%
排名 64 ▲ 59	排名 176 ▼ 34	排名 172 ▲ 11	排名 246 ▼ 165
对比值 5,454,267	对比值 8,662	对比值 19,687	对比值 804,624.16
种草率 有劣势	种草转化率 有优势	跨级转化率 有优势	
环比 ▲ 101.68%	环比 ▼ 64.78%	环比 ▲ 0.98%	
排名 709 ▲ 250	排名 938 ▼ 198	排名 836 ▼ 14	
对比值 13.32%	对比值 0.7%	对比值 0.035%	

大曝光高点击 **吸引力**

