

联动原生广告，聚焦创意引爆GMV百万增长

- ◆ **品牌名称：**芬尚（For Shine）
- ◆ **所属行业：**美妆个护
- ◆ **执行时间：**2023.01.01-03.31
- ◆ **参选类别：**美妆/护肤类

“芬尚 (For Shine) ”

客户背景

芬尚致力于打造适合年轻人使用的香水，整体风格清新自然，走平民路线，客单价在百元左右，属于中端档次的品牌，以抱抱奶为主推品，希望打造成天猫店铺爆款。



- **目标**

- 因原有电商平台出现销售瓶颈，需要增加引流渠道。
- 品牌方希望通过CID投放，以ROI为考核目标，在短期内快速拓展量级同步提升效果。

项目三大挑战点

品牌知名度低

新锐品牌缺乏先天优势，
无明星代言，达人种草、
品牌背书等都较为缺乏。

利用好现有资源，引导客户
使用适配的渠道工具实现
GMV增长

素材储备不足

初始达人只有10个，质感
较差且展现形式单一，认
知度和差异化不够。

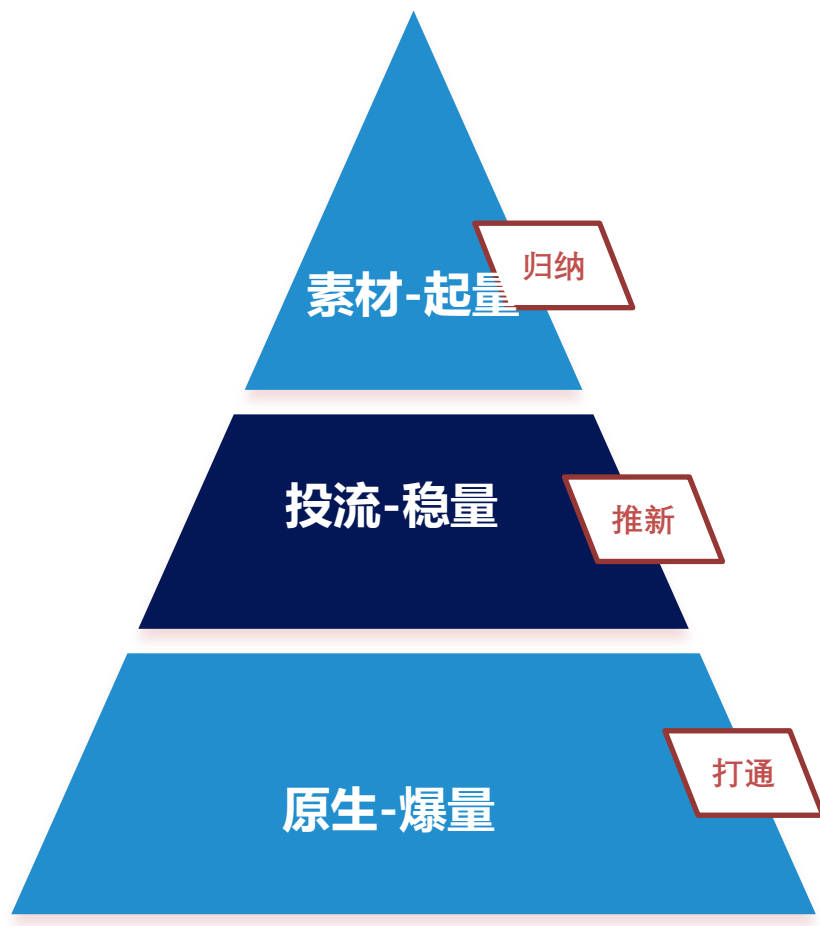
拓展创意类型，联合团队不
断丰富优质的创意营销内容，
产出爆量素材，实现单品销
量增长

广告扎推流量紧张

竞品放量稳定，作为以0经验
入局的新品牌，缺少S型电商
活动，用户购买心智较弱，
面临放量难、成本高的困境

以软性种草引导收割，
降本增效突破瓶颈

核心策略



以创意为核心，打造金子塔爆量方法论，助力GMV百万增长

1、起量-【精准归纳】

通过巨量工具精准触达目标群体和卖点，结合【场景+吸睛开头+优质内容】等多维融合创新，构建芬尚专属爆量内容密码

2、稳量-【衍生推新】

基于爆量素材表现进行针对性衍生，稳定量级，降低转化成本，跟据素材三大核心指标（CTR、CVR、有效播放率）优化素材，加码更多优质内容

3、爆量-【原生cid】

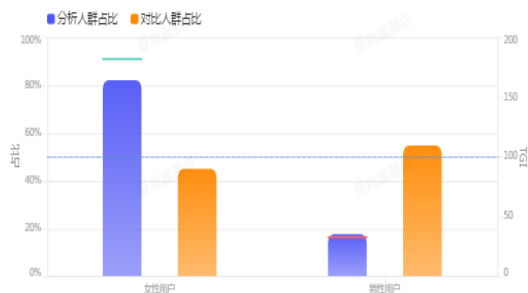
深入平台玩法，通过【原生+cid】的形式打通流量池，用迭代测试确定原生广告测试攻略，再次复用优质素材进行二次跑量，延长素材生命周期，通过不断摸索、测试、组合、调整，抓住了流量突破口快速起量并维稳成本

媒体工具联合调控，实现降本增效：

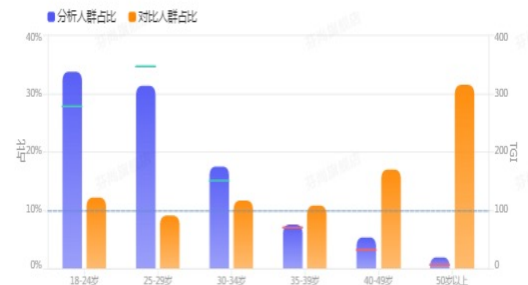
契合平台跑量属性，联合【一键起量】【自动规则】【智能调控】等创新性组合工具调控，助力新锐品牌生意增长

分析人群特征，制定素材内容策略

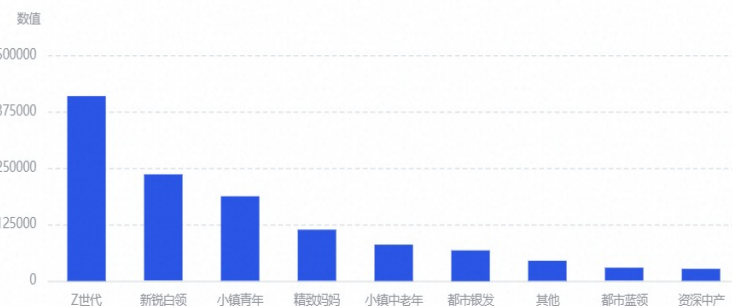
用户性别 ↓ 点击图表可添加筛选值



用户年龄 ↓ 点击图表可添加筛选值



八大人群



浏览类目偏好 (除虚拟类目)



- 据【巨量云图】显示，产品受众人群主要集中在女性 18-40岁
- 聚焦在【新锐白领、精致妈妈、小镇青年、Z时代】
- 倾向于【香水、美妆护肤、服饰箱包】等兴趣标签

结合巨量工具圈定卖点

Step1、通过搜索流量分析，针对香水类目用户搜索最多的关键词是

直男称好
伪体香 减龄 不出错
蜜桃花
少女香 纯欲感
奶香味
干净又纯粹 提高回头率

Step2、通过巨量算数，整合品牌关注度高的关键词

招桃花
少女香 奶里奶气 木质调
沙龙香水
精致的猪猪女孩 纯欲感 斩男斩女

Step3、根据关键词推导用户感兴趣的产品卖点，帮助解决创意方向

伪体香、提高回头率、少女香、沙龙香水

优质素材展示

上新7日累计GMV超过百万，在行业视频中排名前10



点击率1.36% 转化率7.21%

社交印象、气味吸引



点击率1.56% 转化率6.78%

精致生活、注重仪式感



点击率1.83% 转化率6.46%

偏向于情感话题



点击率1.21% 转化率5.58%

伪体香、小众高级

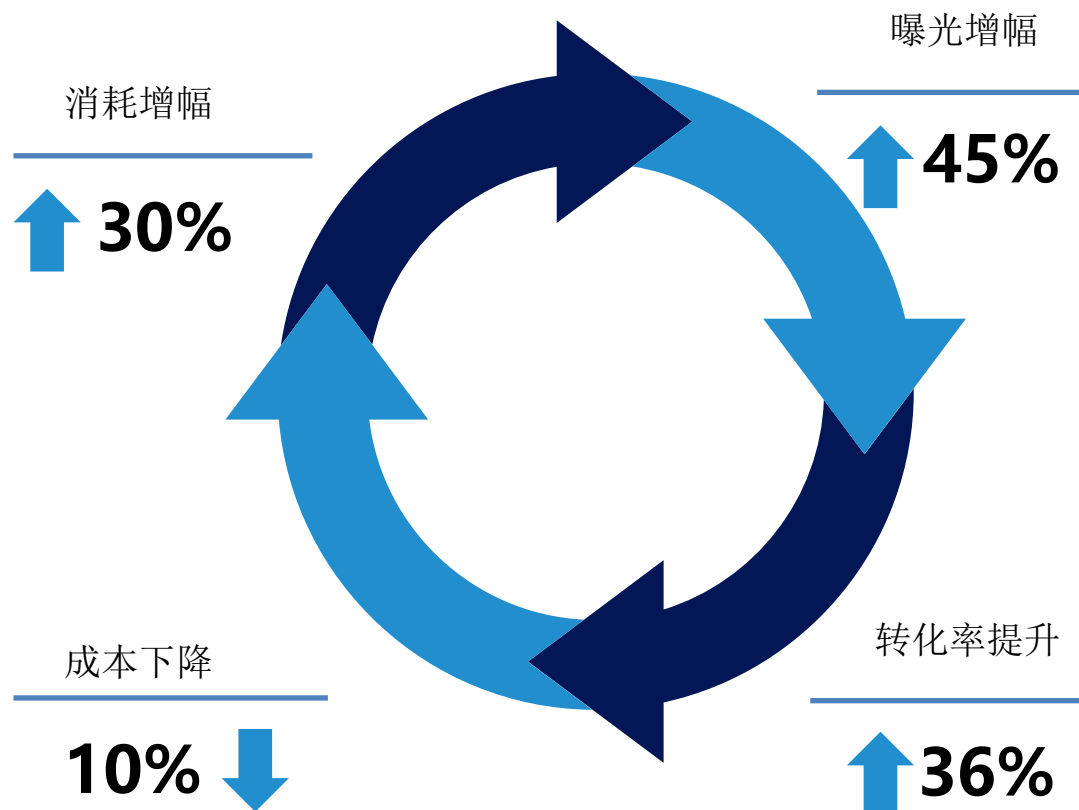
媒体工具联合调控

一键起量

利用媒体起量工具快速度过冷启动，新增户冷启动通过率提升20%，另外在成本达标的情况下，持续放大一键起量预算，整体消耗提升30%

巨量2.0

灵活运用投放2.0，从2月底开始测试投放，发现成本效果较好，素材探索较为充分，到了3月份放量期间80%账户增加投放2.0的计划，提升了整体投放效果



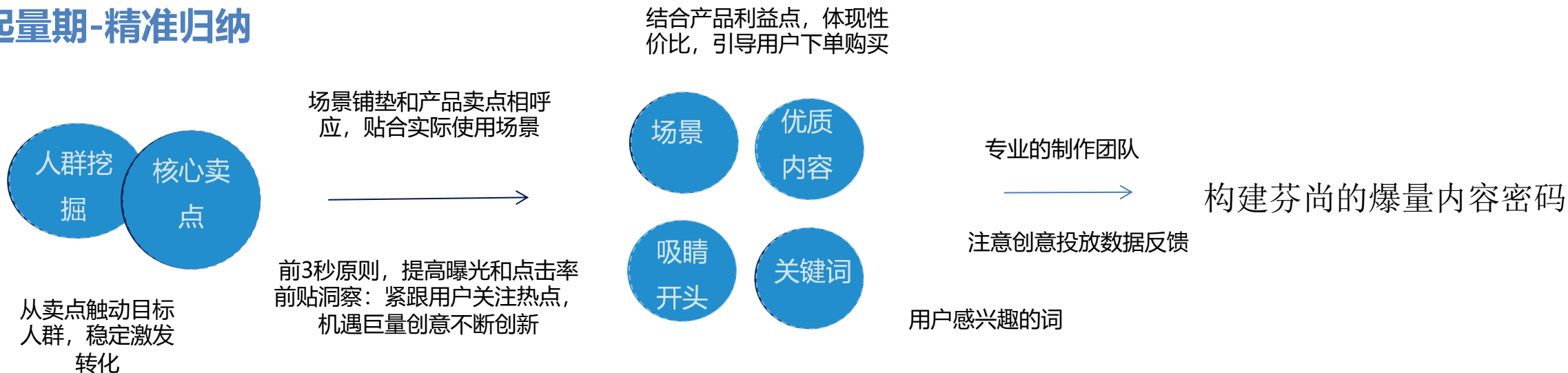
账户/计划诊断

精准定位账户不起量问题，针对具体问题建议及时进行调增，计划曝光率提升45%

智能调控

当素材开始衰退，及时替换为智能调控工具，加大对于优质人群的筛选，自动关停低质计划，转化率提升36%

起量期-精准归纳



人群	卖点	场景展现	关键词	吸睛开头
小镇青年	伪体香	注重仪式感、精致生活	自带体香、伪体香、好闻、花香、奶香	女孩子就算单身，也要活得精致漂亮，答应我现在就去买芬尚抱抱奶
新锐白领	提高回头率	社交印象、气味吸引（男朋友）	魅力、斩男香、约会、体香、气质、木质	听说冬天喷这个香水，就会遇到心软的神别人跟你擦肩而过，都想凑近闻你身上的味道
精致妈妈	保持少女感	居家背景、适当偏向情感话题，保持新鲜感	高级、礼物、浪漫、少女、气质、魅力	让男人一闻就心动的少女感体香，就是这只专属为你定制的芬尚抱抱奶
Z时代	小众、不撞香	调香师评香、香调层次和原料讲解	小众、浪漫、好物推荐、持久留香、香调、瓶身、魅力	女生到底要喷什么样的香水，就是这款小众又高级的芬尚抱抱奶 你以为女孩子身上本来就那么香吗

稳量期-衍生

--基于爆量素材针对性衍生，稳定量级，并降低转化成本

1、根据香水类目的素材类型来看，主要分为（效果展示、价格优惠、明星达人代言、痛点展示类）**在历史出量的素材类型进行多方向衍生，挖掘当下热点，把点击率高/点赞高的画面进行二次创作，在内容和形式上作差异化，上线后整体效果提升30%**



- A、加引子（大盘跑量文案、抖音热点）
- B、翻拍（换演员、换场景、加创新）
- C、后期制作（上下贴片、花字包装、BGM踩点、四分屏等）



05 达人代言

04 价格优惠

稳量期-推新

从三大维度考核素材，对症下药优化素材

以数据为依据，从视频的CTR、有效播放率以及CVR重要指标对素材进行分析，甚至对视频背后的脚本做出全面的分析，对症下药

指标	优化前	优化后
有效播放率	低， 3.83%	高， 18.36%
CVR	低， 2.47%	高， 3.73%
CTR	0.82%	2.03%
全面分析法	素材内容： 1、节奏平缓且素材时长过长 2、开头缺乏吸睛亮点 引导下单： 视频内容： 1、与产品卖点无关内容过多，容易导致用户流失	优质素材延申： 1、增强内容观赏性：加快剪辑缩短时长、更换配乐 2、吸引用户停留观看：借鉴热门话题或者是大盘跑量开头创意，迎合目标用户喜爱 加强引导： 1、结合产品利益点，加强引导 2、呼吁目标人群下单购买 重审视频内容：视频重更新剪辑或者重新撰写脚本

实现

GMV增长



优化前

优化后

爆量-原生cid加码

--2023年2月开始测试原生广告，通过逐步加强原生广告的基建和测试，自测试以来消耗逐步递增，同时投放效果也呈现上涨的趋势。

同比1月份 2月份整体量级增长51.03% ROI提升28.12%

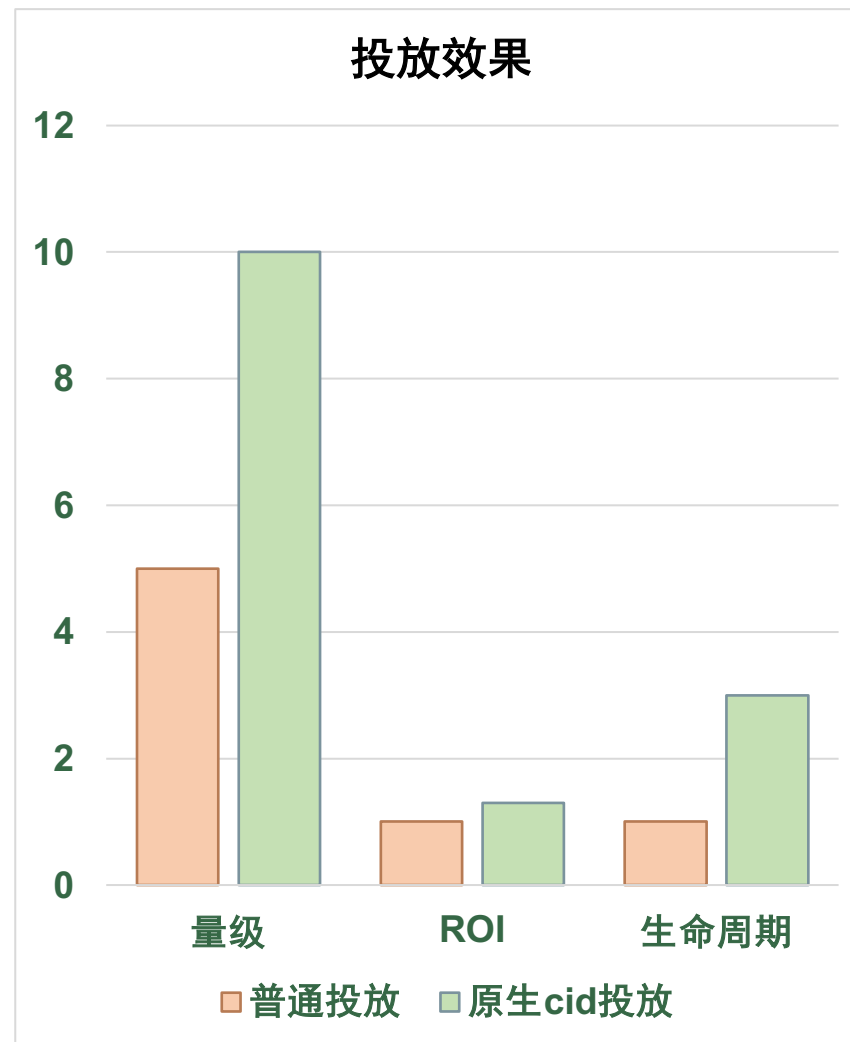
--从上线第3天开始，消耗开始翻倍式增长（5w到10w），其中11号原生广告消耗达到峰值（18w），原生广告消耗占比接近2/3

巅峰日消耗增长2.6倍 原生广告占比2/3

--在普通信息流逐步衰退的优质素材，用原生广告的形式重新基建测试，迎来又一波的消耗高峰，且ROI达标

-另外在测试新素材上，搭配原生广告的形式投放优先度过冷启动期，量级和ROI相对稳定

延长跑量素材生命周期，长达3个月



案例效果

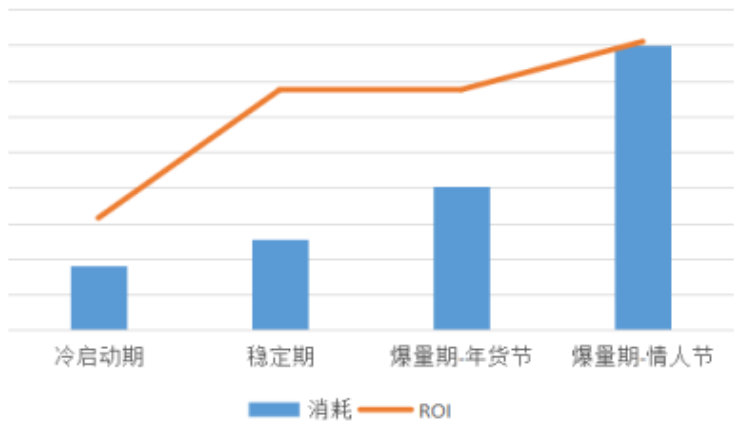
案例期间单主体消耗破500万+实现客户生意GMV百万级增长（2023.1.1-2023.3.31）

打造香水类目爆量素材，单条素材消耗突破160万+

账户在测试期一周内快速起量，**总GMV突破500万**，总ROI超出客户预期，持续收割实现消耗规模翻倍增长。

创新联动原生广告投放，降本增效，ROI效果超出预期28.12%

实现打爆单品，荣登天猫香氛类目TOP1，提高声量



数据概览

数据截止: 2023-05-04

