**京东×卡宾小魔方新品日-年轻化新客拓展案例**

**广 告 主：**京东、卡宾

**所属行业：**服饰内衣

**执行时间：**2020.03.01-04.30

**参选类别：**IP营销类

**营销背景**

1. 卡宾品牌介绍：

Cabbeen品牌由著名设计师卡宾先生1997年在香港创立。“颠覆流行”的品牌理念，前瞻性的个性时尚定位以及对原创设计的强调与坚持，使今日的Cabbeen已经成为中国原创潮流男装的代名词。

1. 项目背景：

卡宾作为国民第一男装设计师品牌，已走过22个年头，期间不断创作，不断颠覆，不断取得新成绩！2020年，卡宾希望继续在年轻群体中发声，进一步扩大在年轻群体中影响力！

于是借助卡宾xQQ联名系列新品京东首发，实现年轻新客获取。

1. 项目预算：500w+。

**营销目标**

1. 借京东小魔方新品站内外全渠道营销实现转化销售+拉新。
2. 提升年轻新用户+潜客数量及占比（目标同比50%）。
3. 实现联名新品曝光，提升新品销售占比（目标占比超10%）。

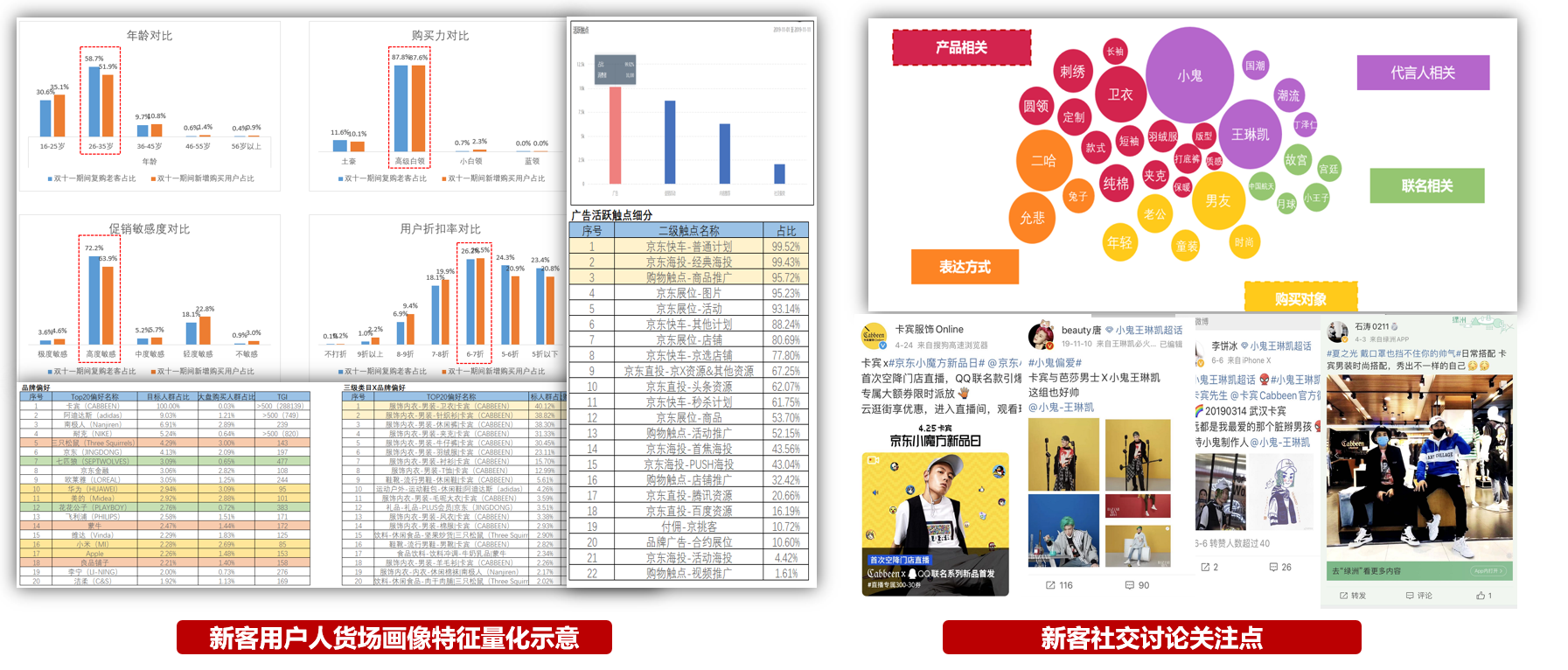
**策略与创意**

1. **策略底层逻辑：人货场雪球模型**



1. **策略分析：——【人、货、场】年轻新客用户画像特征量化**

挖掘品牌精准年轻新客人货场画像特征，确定营销触达人群、货品分布及重点触达渠道。

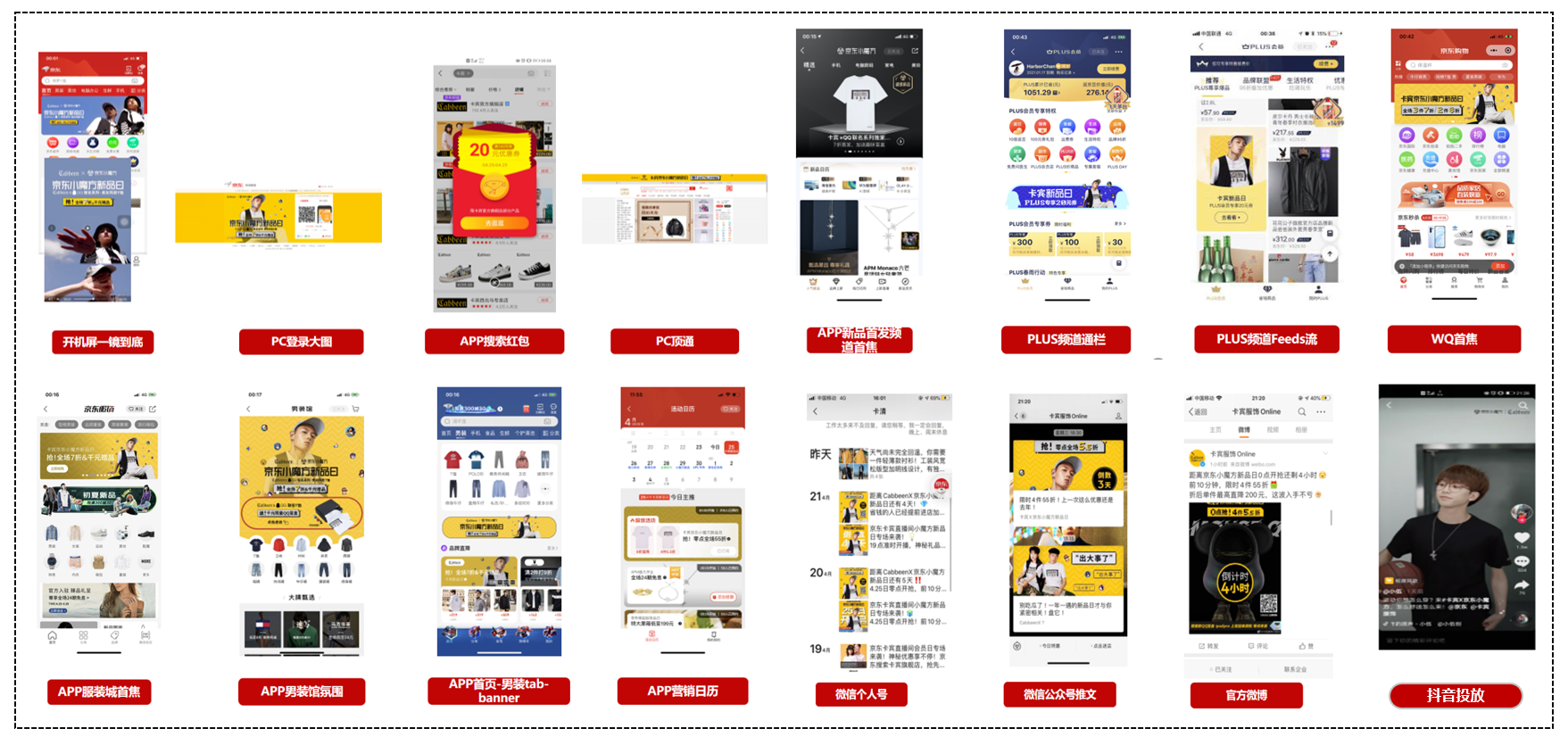


1. **广告落地路径：**京准通全线产品投放：站外京东直投（头条、腾讯、百度、抖音）+站内京东展位+购物触点+快车+京挑客。用站内外结合的方式进行投放，站外预热期对品牌潜在人群和拉新人群进行多渠道曝光，提高活动声量，低价引流，高潮期通过站内快车&聚效收割转化：



**执行过程/媒体表现**

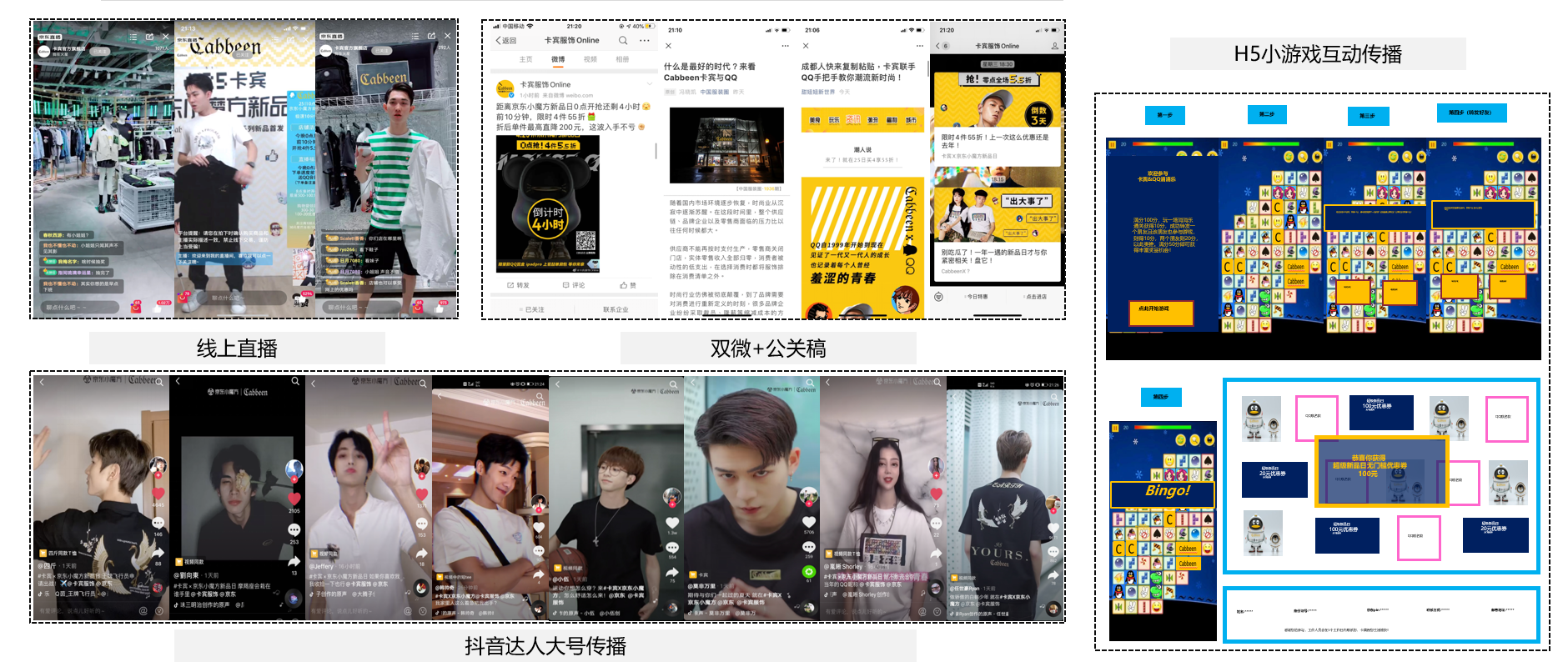
1. **站内外落地物料概览：**



1. **【集体回潮主题】全面营销：热搜引爆，主流媒体报道，明星艺人传播，全方位打造话题**



1. **线上传播亮点**：**时尚博主、KOL植入、抖音达人传播、双微、公关稿+H5小游戏互动传播**



1. **线下传播亮点：新店引流、直播云探店、全国13家大店给予资源推广（设置展位、京东QQ特供款扫码购买等）**



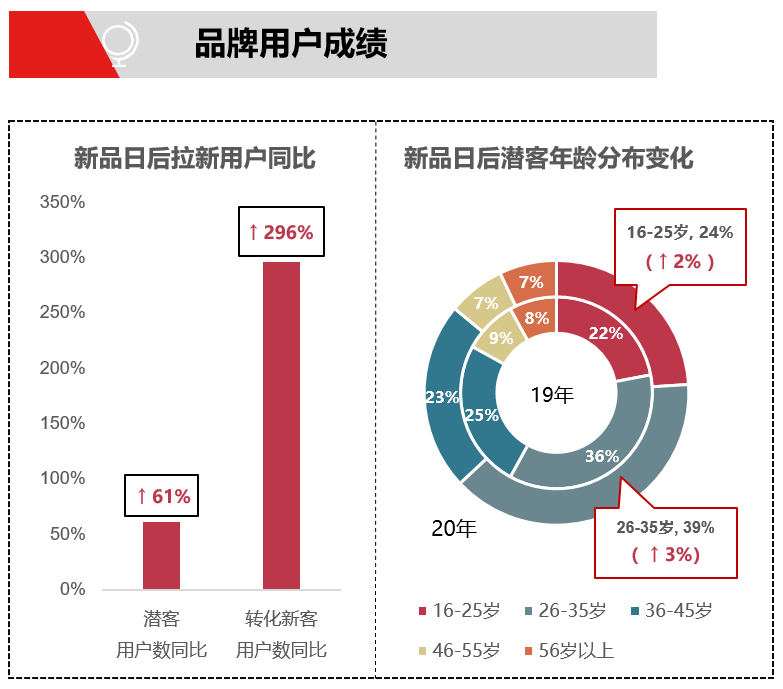
1. **权益传播亮点：**



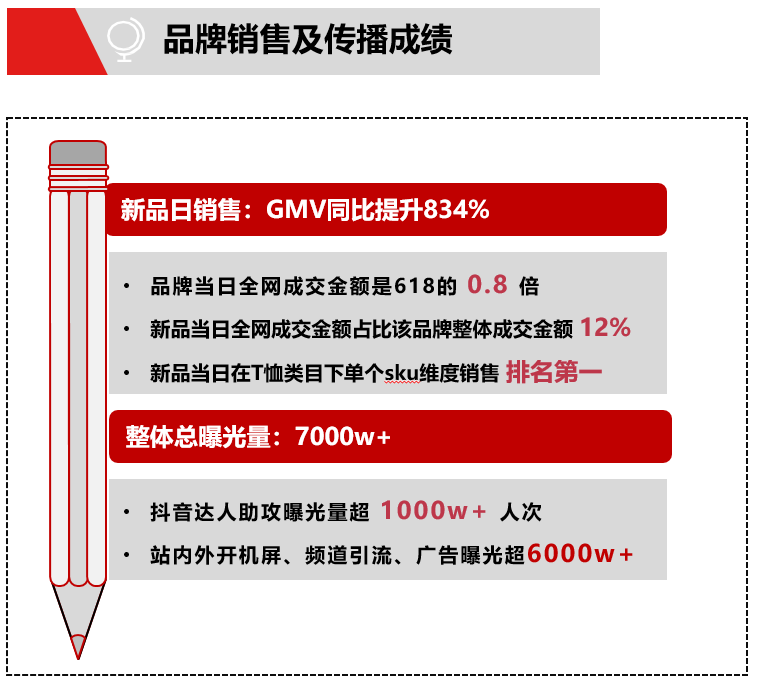
**营销效果与市场反馈**

1. **品牌用户年轻化新客占比变化：**

转化新客用户数同比提升**296%**，年轻化新客占比提升**5%**。



1. **品牌销售及传播成绩：**
   1. 新品日销售：GMV同比提升**834%；**
   2. 整体总曝光量：**7000w+**



1. **项目核心亮点总结：**
   1. 方向上通过对话年轻新用户，保持品牌年轻化，与QQ的ip新品合作，将大家带回集体回忆，同时赋予创新的潮流趣味
   2. 策略上通过站内外、线上线下全渠道营销，精准的人群洞察及资源整合助力品牌销售及声量提升

