**京东×海澜之家年轻化新客拓展案例**

**广 告 主：**海澜之家

**所属行业：**服饰内衣

**执行时间：**2020.01-04

**参选类别：**电商营销类

**营销背景**

1. **品牌新客机会点挖掘：**

海澜品牌为男装TOP品牌，品牌老客较多且相对成熟，品牌希望通过和京东合作的【京东x海澜超级品牌日】，除了带来生意上的增长，更能协助品牌挖掘新客增长的机会点项目背景。

1. **品牌年轻化：**

品牌联名IP款（大闹天宫、暴雪、黑猫警长、李小龙等），通过push IP款提升品牌在年轻人中的渗透率；

分析年轻新客特征，广告精准触达进一步实现品牌形象的年轻化。

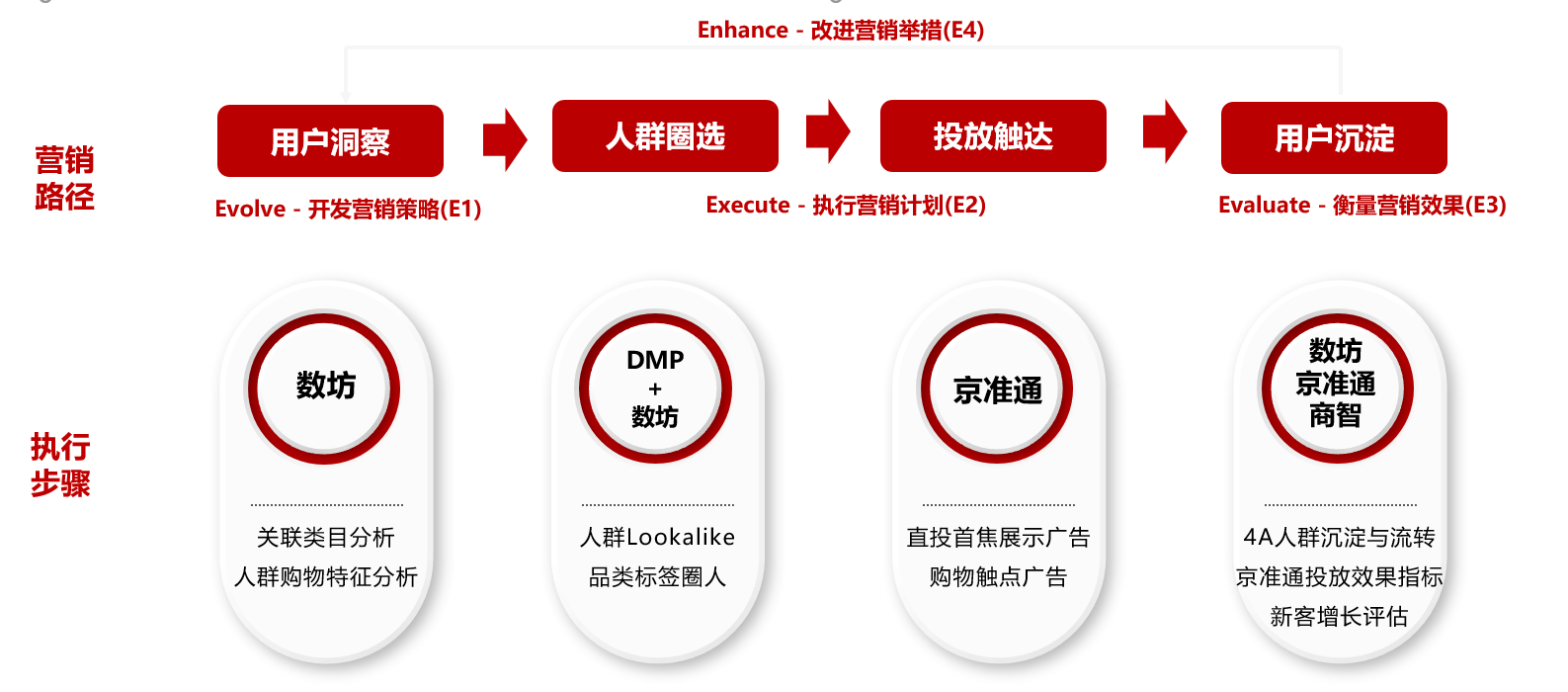
1. **项目预算：500w+**

**营销目标**

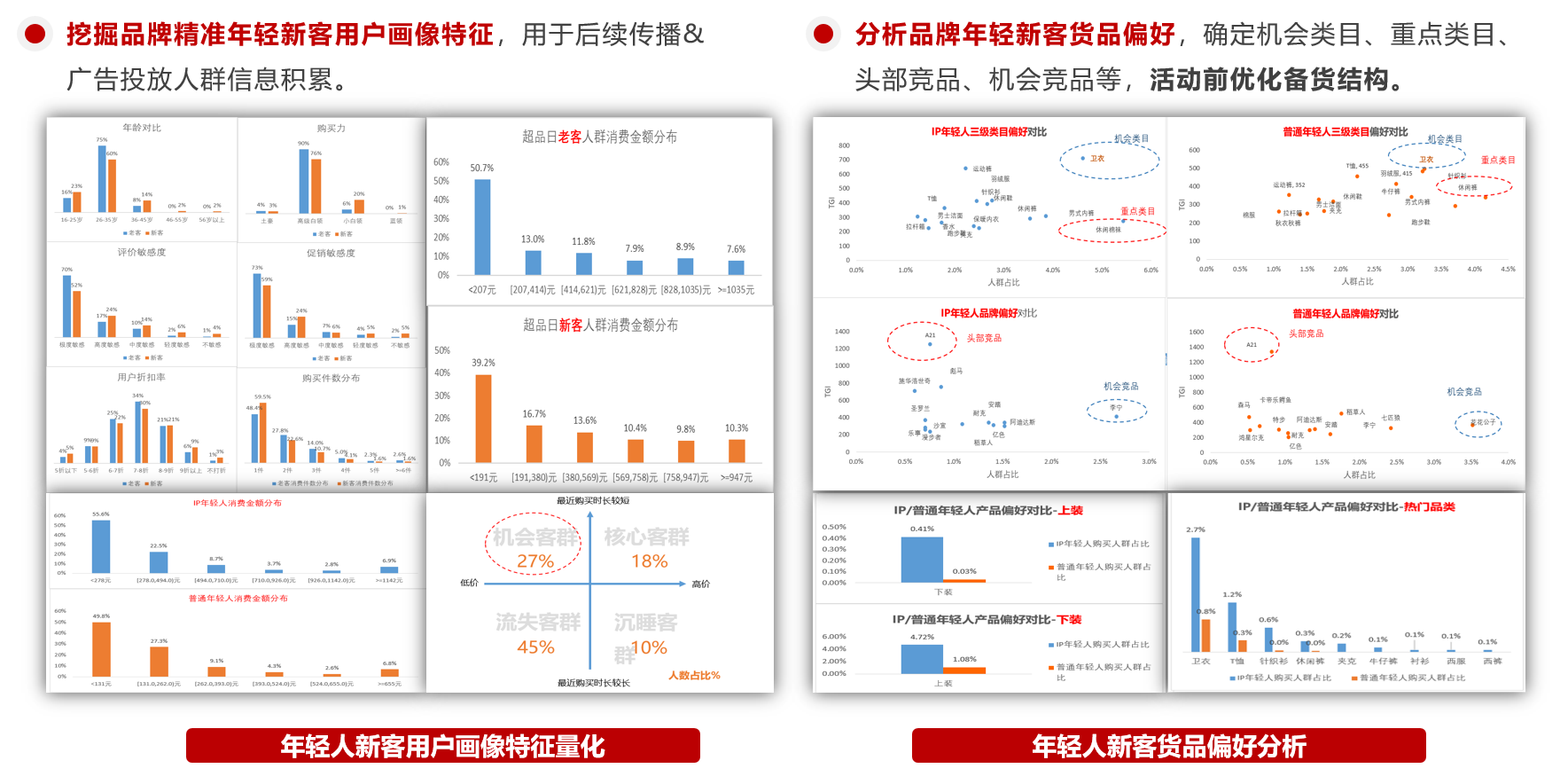
1. 改变品牌新老客占比（新客占比绝对值提升5%）
2. 提升品牌年轻用户占比（年轻人群占比提升1.5%）

**策略与创意**

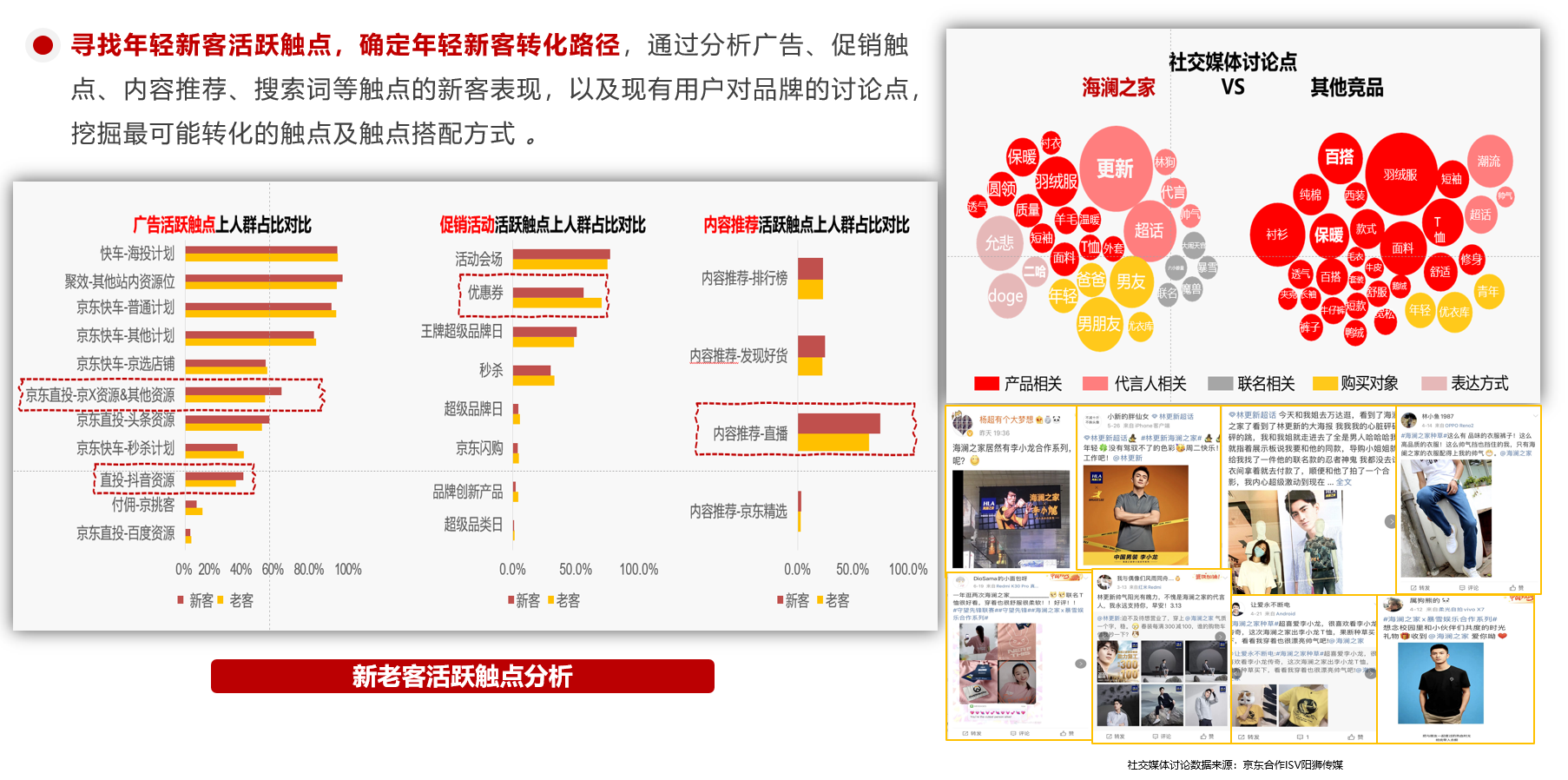
1. **策略步骤：**借助京东360营销平台，结合品牌营销目标，分析品牌人群确定目标TA及触点等，通过人群圈选在京准通实现精准触达，为品牌积累用户，并进行科学的营销策略改进，最终实现品牌营销效果与品牌建设协同增长。



1. **策略分析：————【人】+【货】年轻新客vs老客用户画像&产品偏好分析示意**



1. **寻找年轻新客活跃触点**

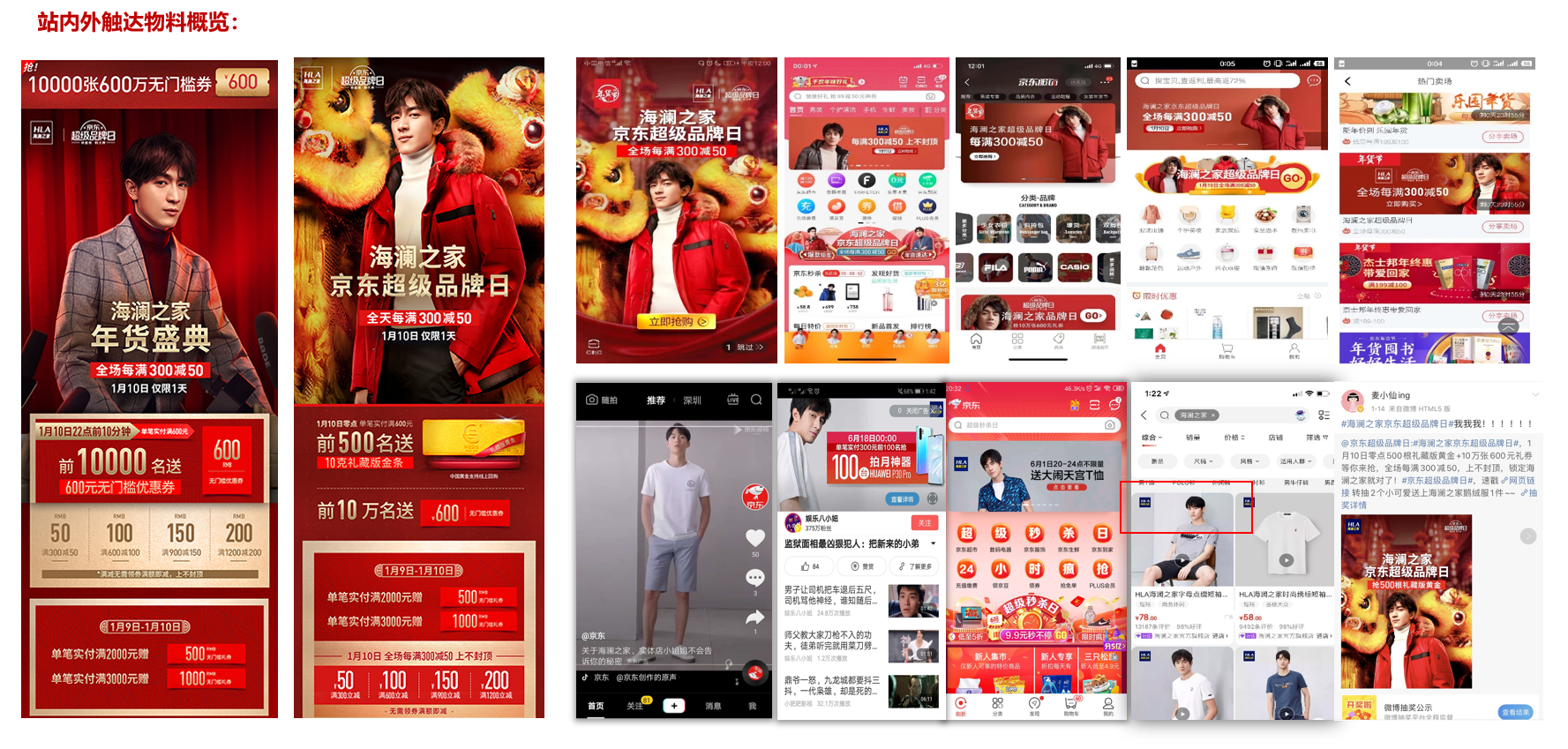


1. **广告落地路径：**



**执行过程/媒体表现**

1. **站内外落地物料概览**



1. **ip联名营销**



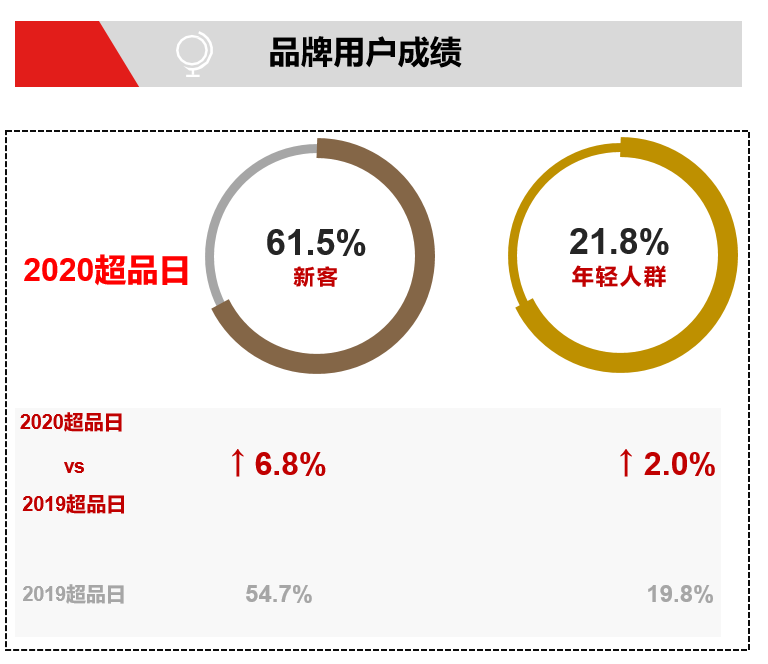
1. **ip联名营销传播**

****

**营销效果与市场反馈**

1. **品牌用户成绩：**

新客占比提升**6.8%**，年轻人群占比提升**2%**：

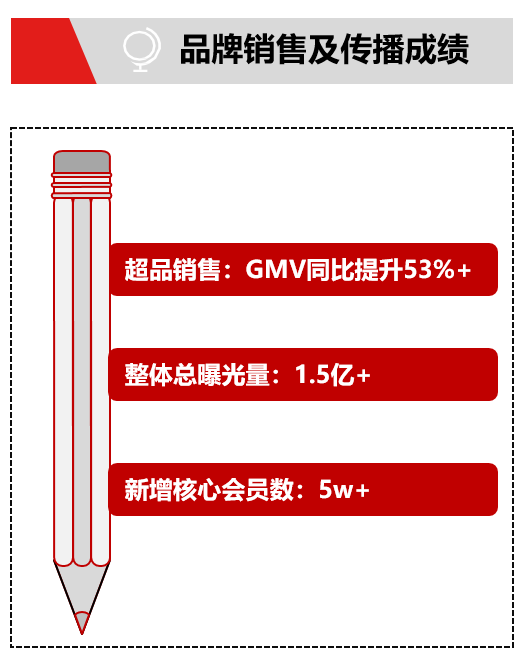


1. **品牌销售及传播成绩：**

销售：GMV同比提升**53%；**

整体总曝光量：**1.5亿+；**

新增核心会员数**5w+。**



1. **IP营销成绩：**

