

每日优鲜

生鲜电商的幸运儿，移动端助力行业领跑

- ◆ 广告主：每日优鲜
- ◆ 所属行业：电商
- ◆ 执行时间：2017.04.01-2018.03.31
- ◆ 参选类别：效果类

移动电商的扩大

4.5万亿+
移动交易额

增长34%

70%+
交易额占比

16年占65%

4.6亿+
用户规模

增长11%

资料来源：iiMedia Research (艾媒咨询)

随着智能手机的普及，移动端网购行为越来越普遍
网络零售市场火热，成为生鲜市场发展契机

生鲜电商的发展

1.7万亿+
交易规模



7.9%+
渗透率



5700万+
用户规模



数据来源：易观&艾瑞咨询

生鲜市场过万亿，线上市场渗透率不足8%
未来提升空间巨大

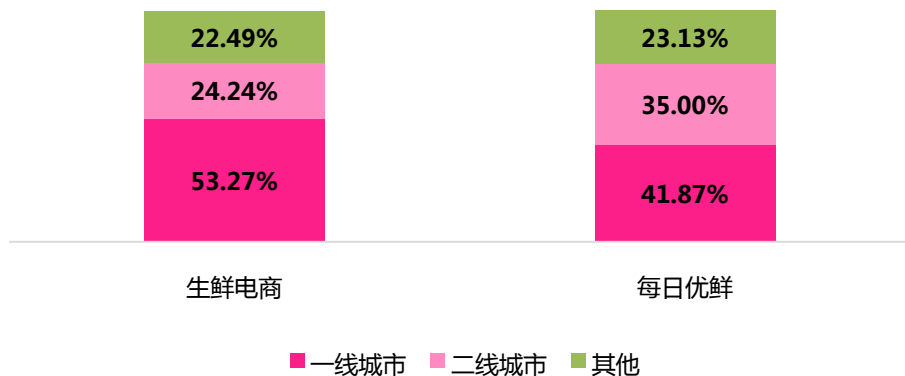
24-35岁一二线城市追求高品质生活的女性 为每日优鲜目标受众人群



年龄分布



城市分布



生鲜用户购买偏好



数据来源：易观&艾瑞咨询



目标&挑战

获取生鲜行业目标用户，**挖掘**潜在用户

抢占一二线城市人群，**精准**触达目标用户

在年底大促内更多用户**下载APP**并**购买商品**

成为2017年每日优鲜刻不容缓的挑战

占领四款移动终端就占领了三线城市用户

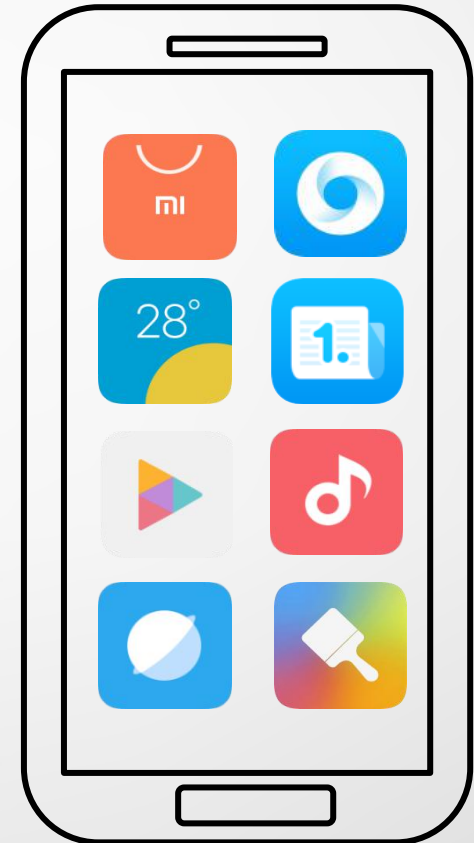
2017手机出货量4.9亿

4款手机占80%

主要占据一二线城市外
对三四五线城市全覆盖



移动终端【系统级】
精准广告生态



随着手机厂商进入系统及应用开发
手机用户7*24小时的生活、应用数据被系统收集



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

13+ 城市

极速达

北京

天津

石家庄

济南

青岛

上海

南京

无锡

苏州

杭州

广州

佛山

深圳

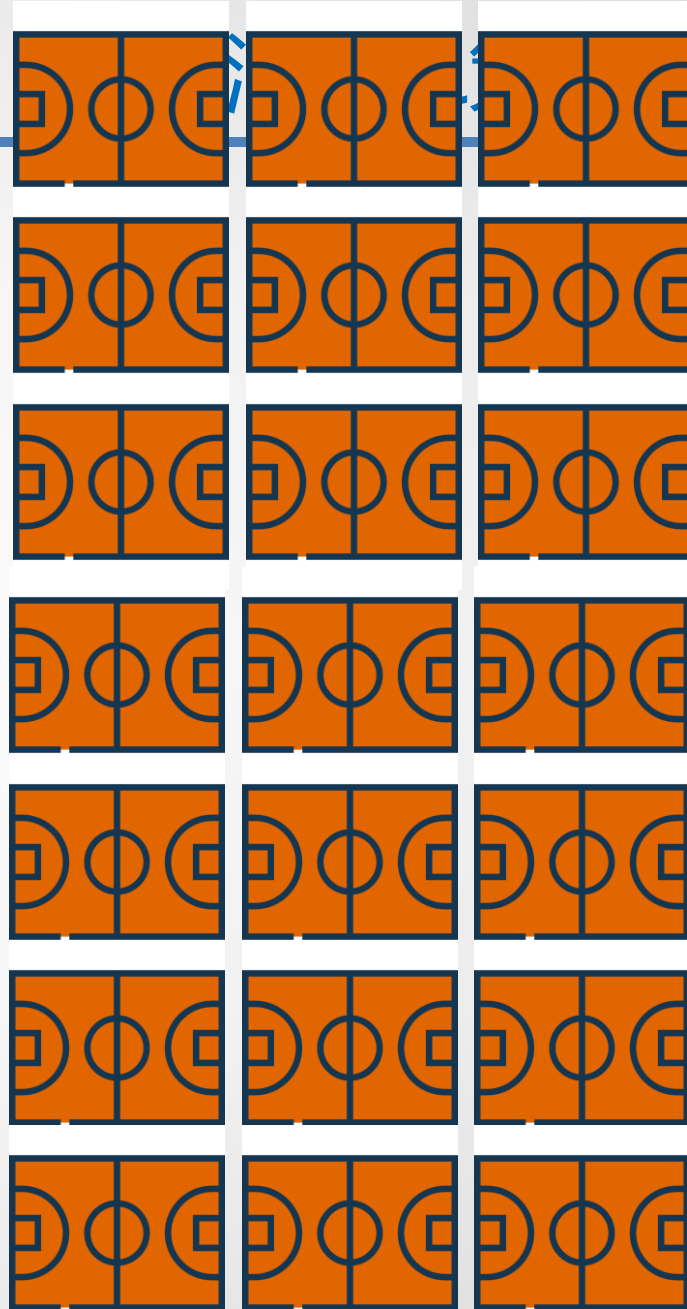


Top
Mobile
Awards

6000+

自有前置仓

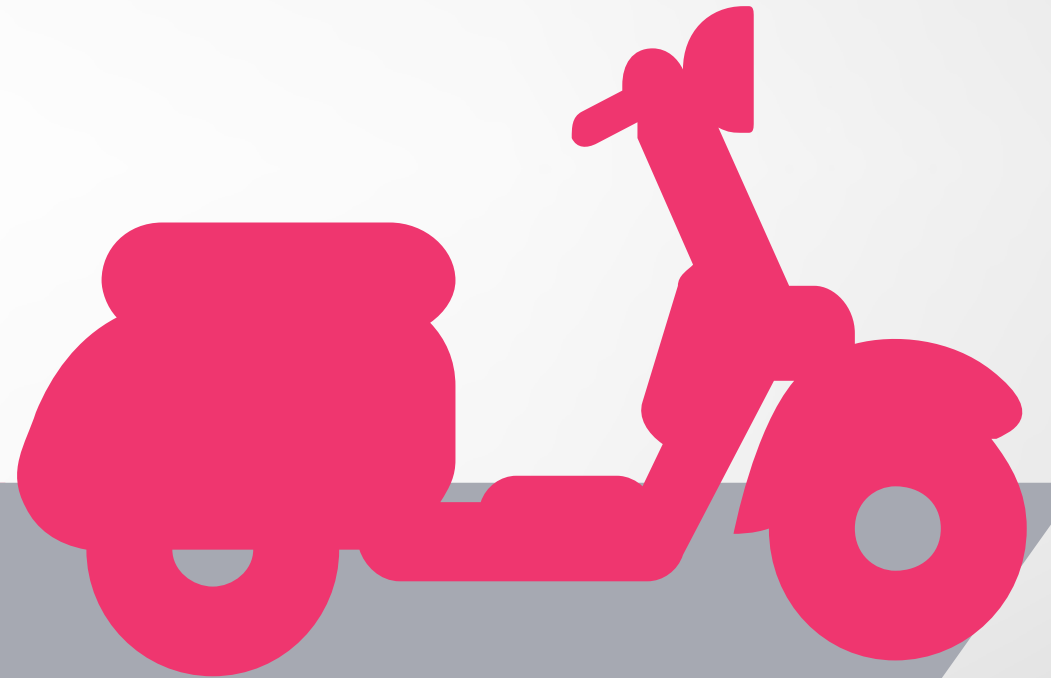
总面积相当于150个篮球场



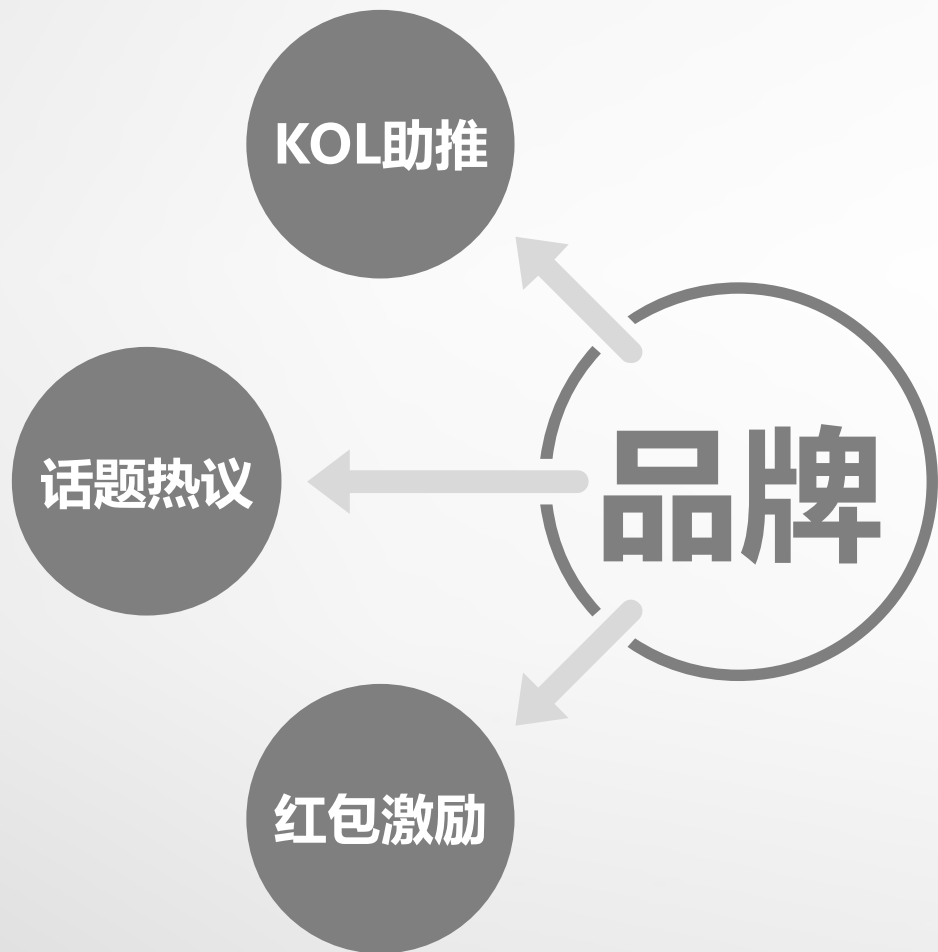
80%订单
1小时达

00:59:59

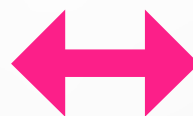
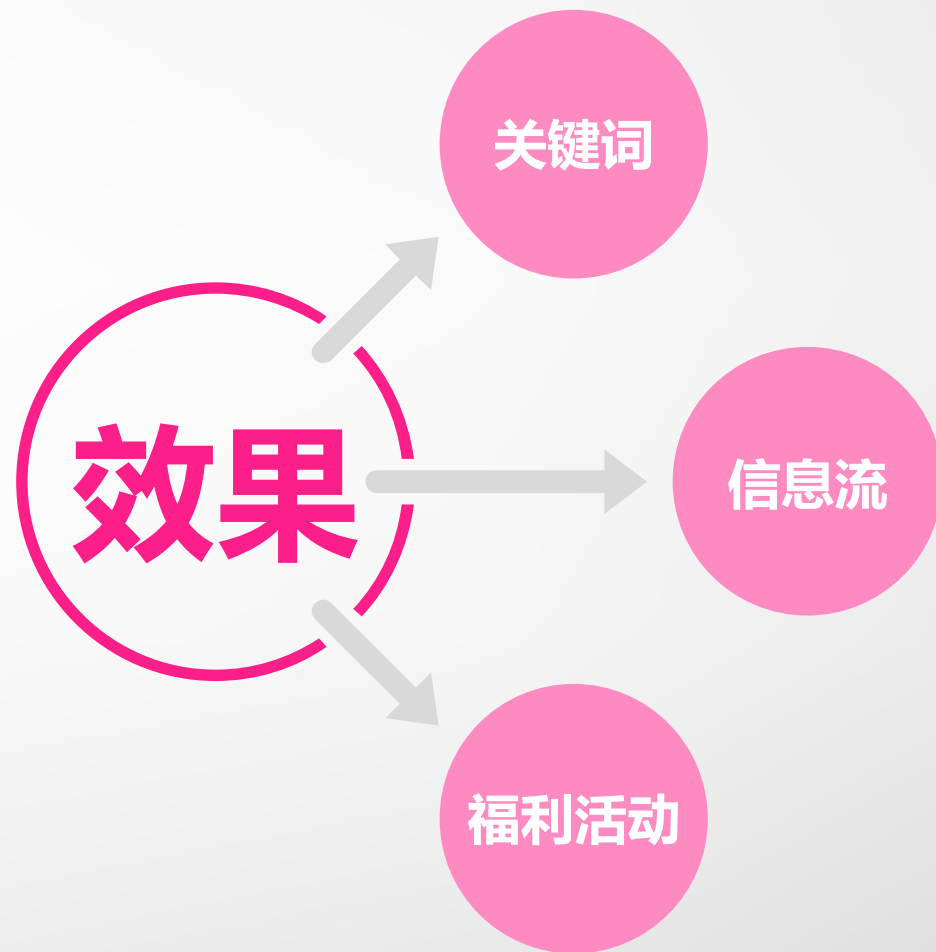
一集权利的游戏
都没看完就到了



深化品牌形象



快速提升新客及订单



核心传播主题

[优质生鲜 2小时到]



官微话题 #再邀请两亿人#
社会化媒体抢占话题

全民热议



朋友圈
出击占位



联乘大V让口碑深化
圈层营销步步深入

众多KOL
集体打call



红包刺激用户
促进使用粘性

奖励刺激
全民行动

媒体话题+网红效应+利益刺激
号召用户下载、使用、分享每日优鲜APP



领取巨额红包 刺激用户使用粘性

邀请 两亿中国人用 每日优鲜

现在下载APP 新人还送99减80优惠券

每日优鲜 优质生鲜 2小时到

蓝V线上动态 #再邀请两亿人# 引发媒体热议



新用户专享 100元现金红包

买优质生鲜 2小时送到家

每日优鲜 优质生鲜 2小时到

精准有效触达每日优鲜目标用户

产品分析：社会属性
地域：一二线城市为主
意向：产品质量、配送时间、价格

人群标签：自然属性
性别：女61%，男39%
年龄：80 90后占比近80%

用户行为：兴趣属性
浏览行为、搜索行为

以**选品与活动**为导向建立账户
商品品类、活动内容、激励活动



形式：大图、组图、小图
素材：场景优化
文案：促销类，品牌类
技术：落地页优化

1000W个特征维度：
年龄/性别/机型/地域
用户启动/实时下载APP
广告特征（产品、广告主、广告类型等）
上下文（时间、模块等）

基于品牌忠诚人群和生鲜行业目标人群，挖掘潜在人群 进一步扩大精准触达，引发更多用户量级增涨

潜在人群

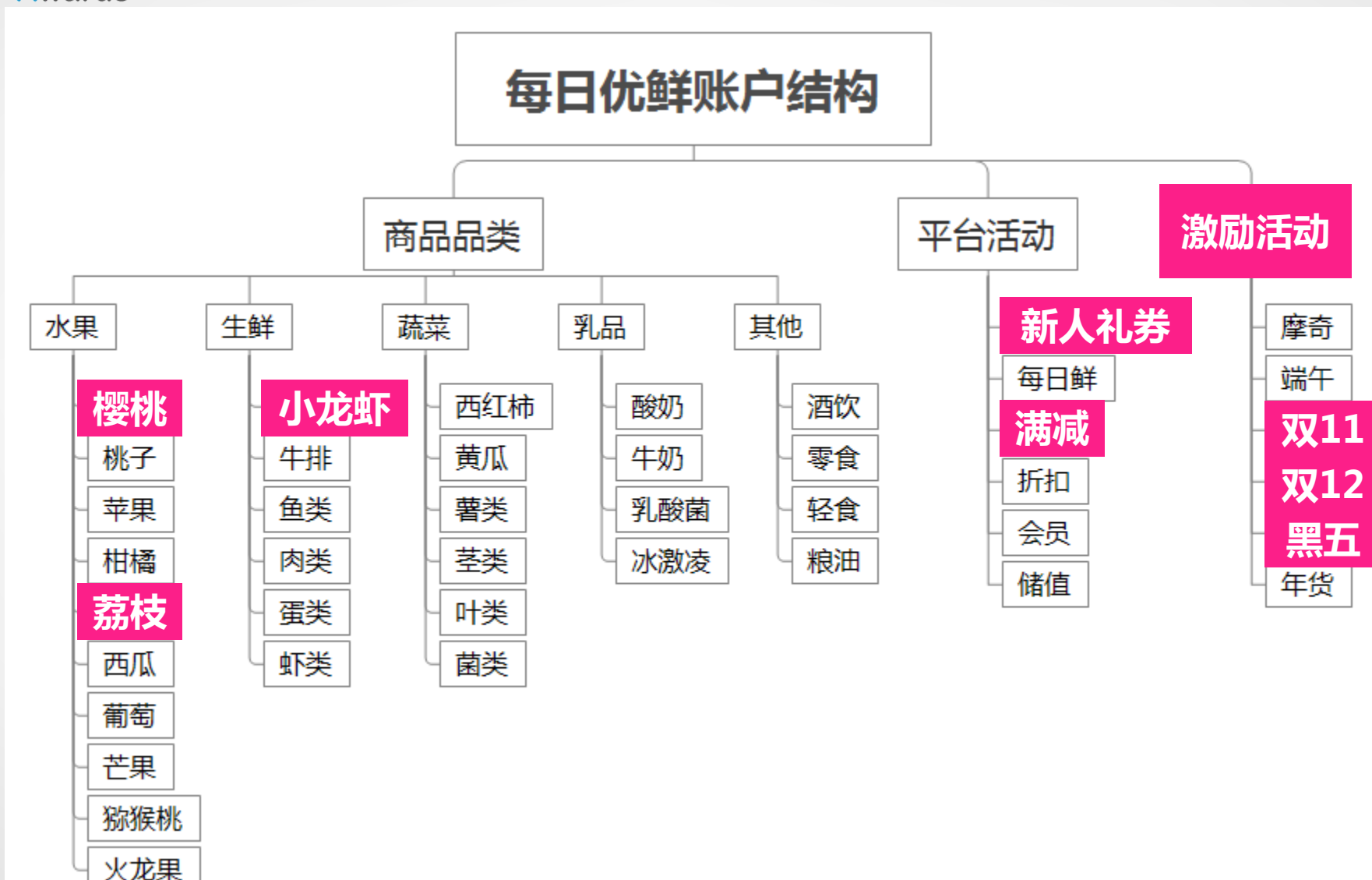
行业目标人群

品牌忠诚人群

描述	用户关注点	推广目的
<ul style="list-style-type: none"> 未表现明确购买水果生鲜需求，但经常购物人群。 高收入高品质生活人群。 一二线城市人群。 	<ul style="list-style-type: none"> 关注超市、外卖的人。 	<p>曝光为主</p>
<ul style="list-style-type: none"> 拥有水果生鲜等商品有购物需求的人群。 关注过此行业的人群。如浏览水果类目。 已婚男女。 	<ul style="list-style-type: none"> 品类：水果、生鲜、乳品 活动：礼券、专题活动 	<p>转化为主</p>
<ul style="list-style-type: none"> 对生鲜电商及每日优鲜有认知的人群。 	<ul style="list-style-type: none"> 折扣、促销、满减 	<p>品牌美誉为主</p>



账户搭建



精细化推广运营，保证核心业务预算分配，最大化不同业务的推广效能

创意优化



素材场景

使用趋势+消费人群+产品价格

爆款小龙虾+女性+优惠

消费时机+用户情感

端午节+猎奇测试

消费人群+用户情感+使用场景

宝妈+亲情+家庭

使用趋势+产品价格

爆款+19元低价+新人礼券

文案优化

促销类

“倒贴80” 打折扣礼券优惠

用户心理类

猎奇+测试

生活场景类

抓取目标用户：已婚女性，贴合实际生活热点

品牌类

品牌核心内容+惊爆价+优惠券

列表详情页+礼券激励+WAP站购买=直接转化
优质落地页，有效减少用户的点击浪费，订单数量提升48%，成本降低32%

投放思路

吸引力

关键内容在顶部出现，图文丰富，颜色鲜艳

易读性

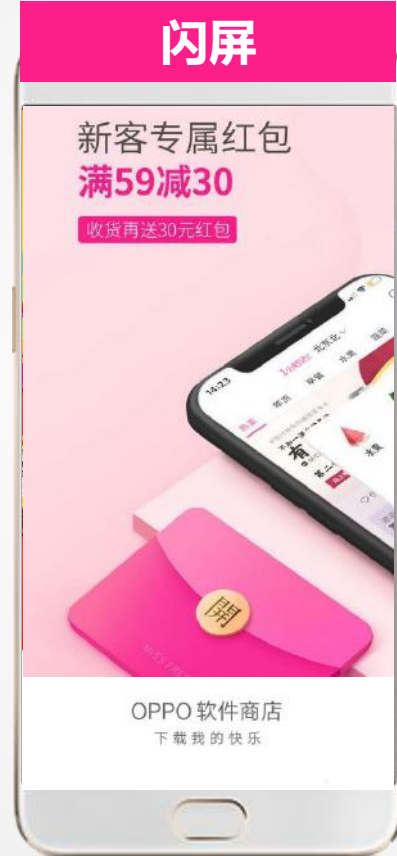
短时间内让用户了解活动内容及卖点

激励性

核心内容突出：产品质量+优惠力度



手机应用商店资源全面覆盖，有效获取目标用户

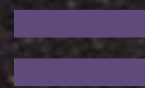




品牌的建立



移动端优势



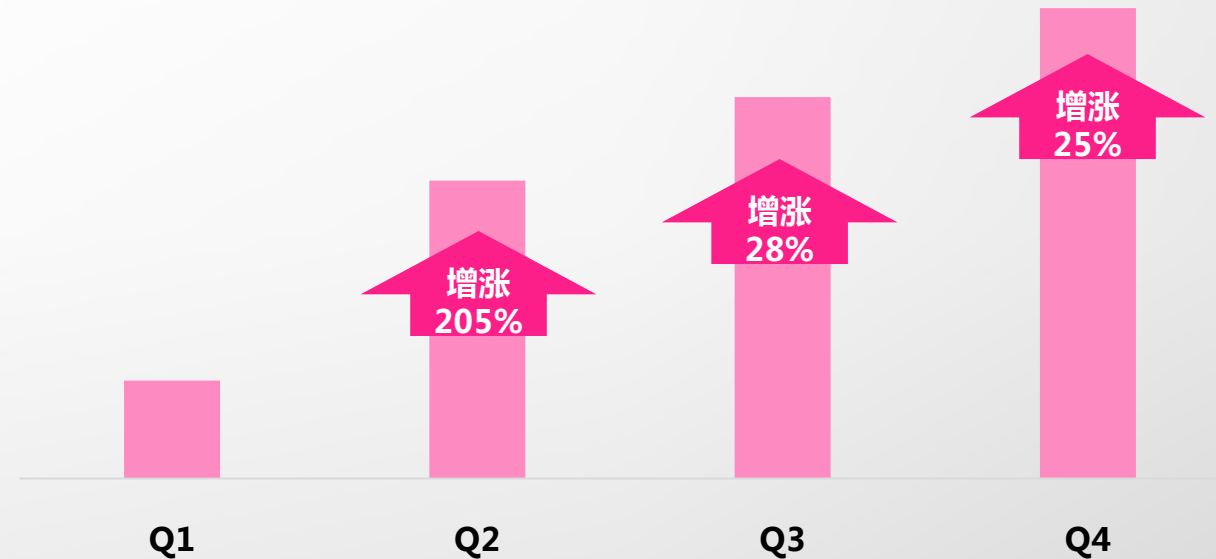
百姓刚需

2017年在双11双12竞争环境激烈情况下
关键词12月提升85%达到全年峰值
订单量Q4增涨1/4量级最大化

2017年各月关键词搜索下载量趋势



2017年各季度订单量数据



生鲜市场第一梯队品牌格局形成

每日优鲜反超竞品行业领跑居霸主地位

每日优鲜新增用户高速增长，2017年底月新增用户近50万

2018年Q1每日优鲜用户规模反超竞品，用户量达128万，行业领跑处第一梯队

