

07

双11特刊

m.i
alimama insight

双11投资指南

新品策略洞察

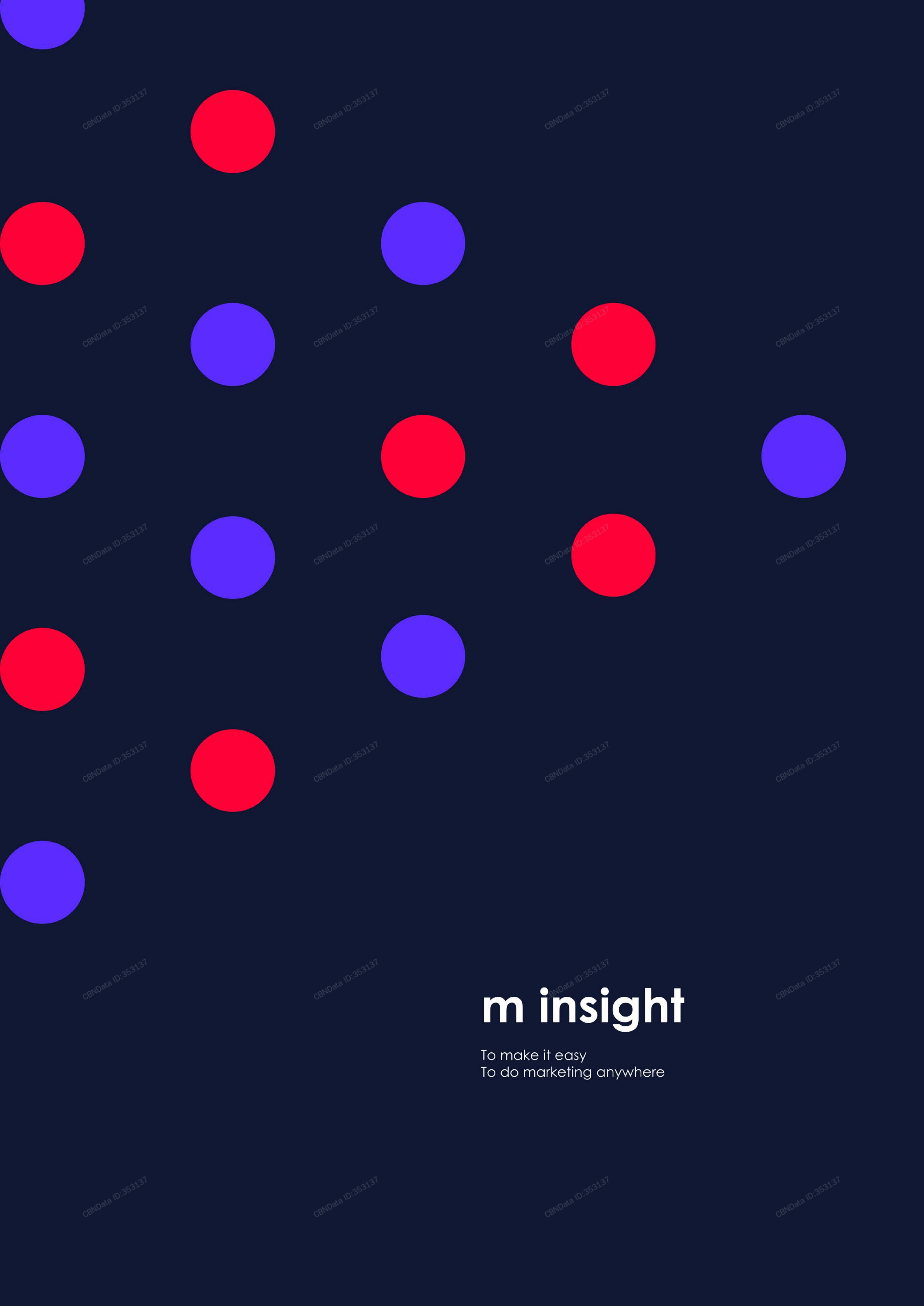
销量增长赛道

To make it easy
to do marketing anywhere.

天猫双11 · 阿里妈妈



- 双 1 1 投 资 指 南 -



m insight

To make it easy
To do marketing anywhere

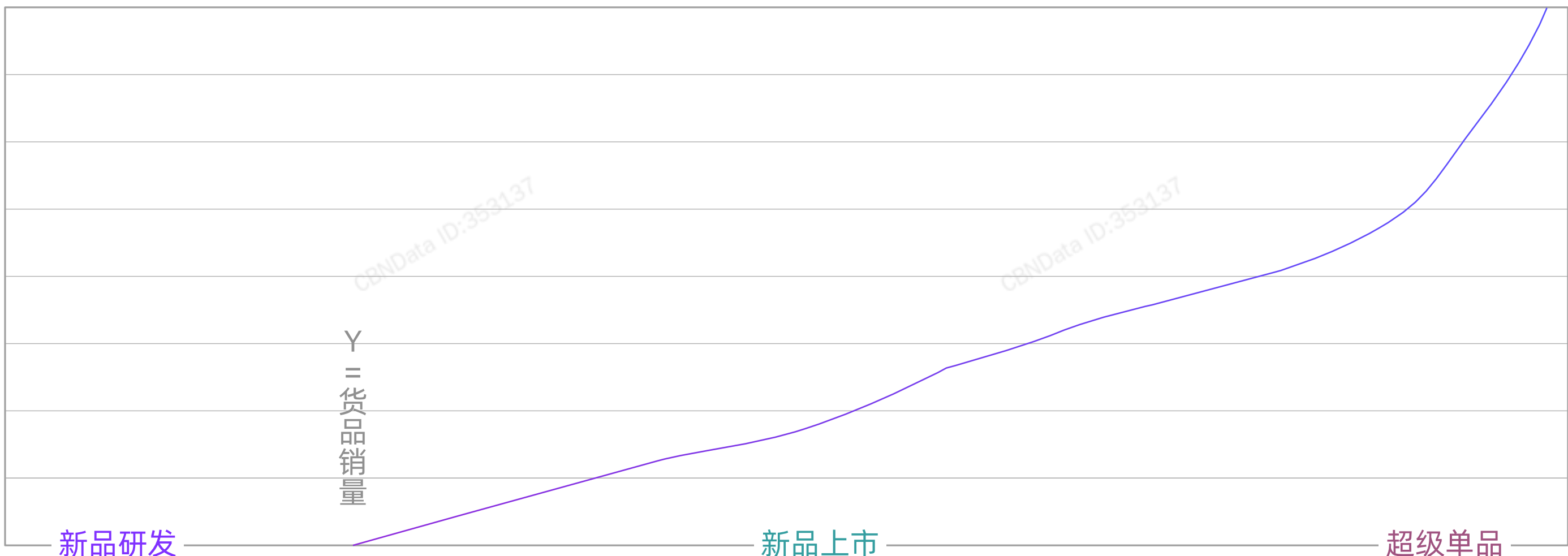
CONTENT

PART 1 PART 2 PART 3

趋势易感人群进行蓝海趋势定位	02	情感语义分析模型进行新品上市货品定位及沟通策略	10	巧克力案例分析：利用趋势易感人群及情感语义模型赋能新品上市	17
----------------	----	-------------------------	----	-------------------------------	----

基于单品的生命周期的货品及沟通策略

新品成长周期



货品&沟通策略

趋势易感人群蓝海趋势挖掘

蓝海趋势

研发输入

情感语义分析模型策略定位优化

新品上市前定位

新品上市后调优

PART 1

趋势易感人群进行蓝海趋势定位

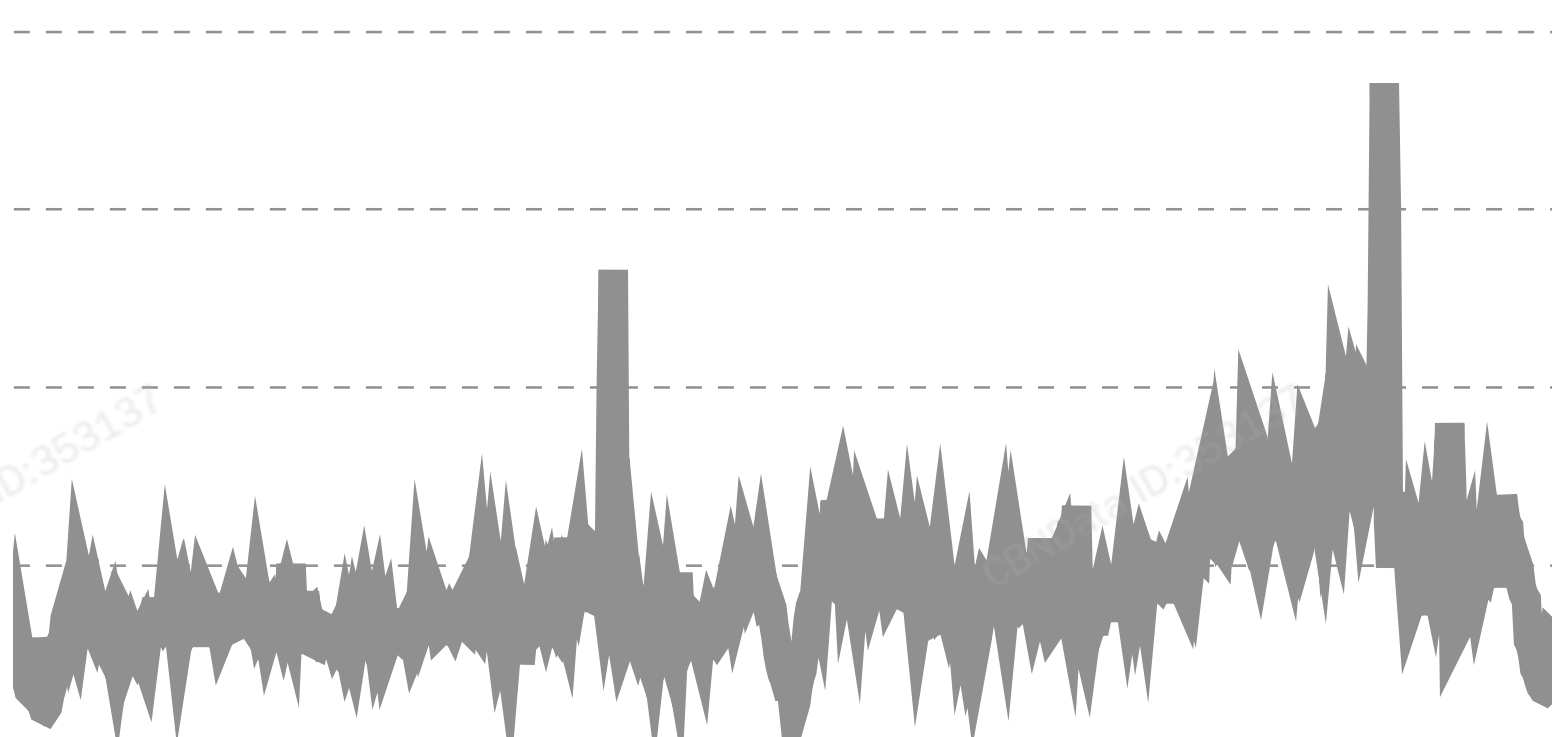
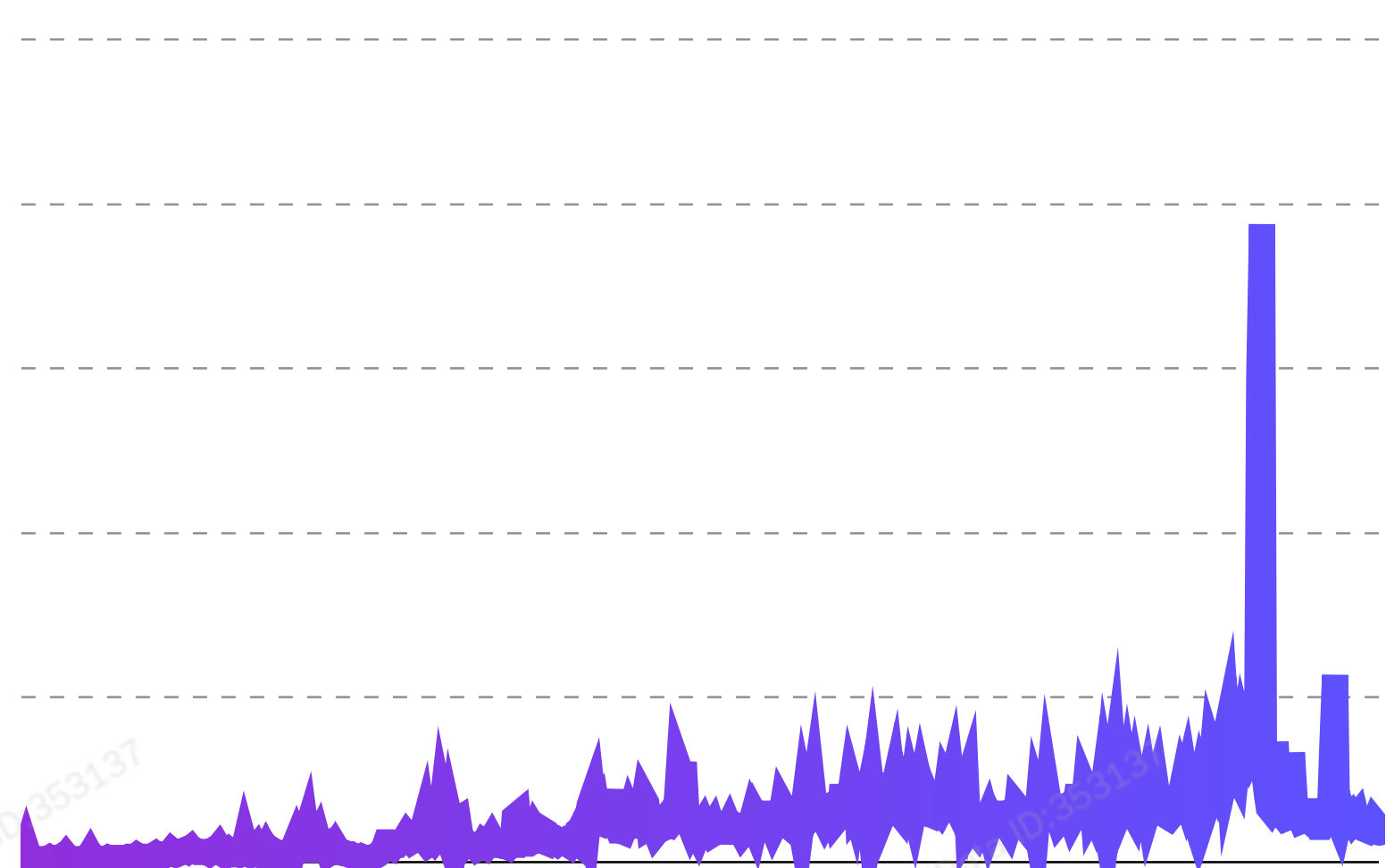
趋势易感人群（Early Adopter）是淘内嗅觉最灵敏对趋势最易感的群体，他们的关注点和普罗大众有巨大差异，并且往往代表了行业新的热点趋势，我们通过对趋势易感人群的研究助力广告主定位蓝海趋势

蓝海趋势挖掘—根据营销需求进行人群对比锚定蓝海需求

基于淘内两年的数据，找到最先和这些爆词交互的趋势易感人群（即 Early adopter 人群，以下简称 EA 人群），定位 EA 人群当前互动的行为找到差异化趋势词，探寻类目的蓝海趋势

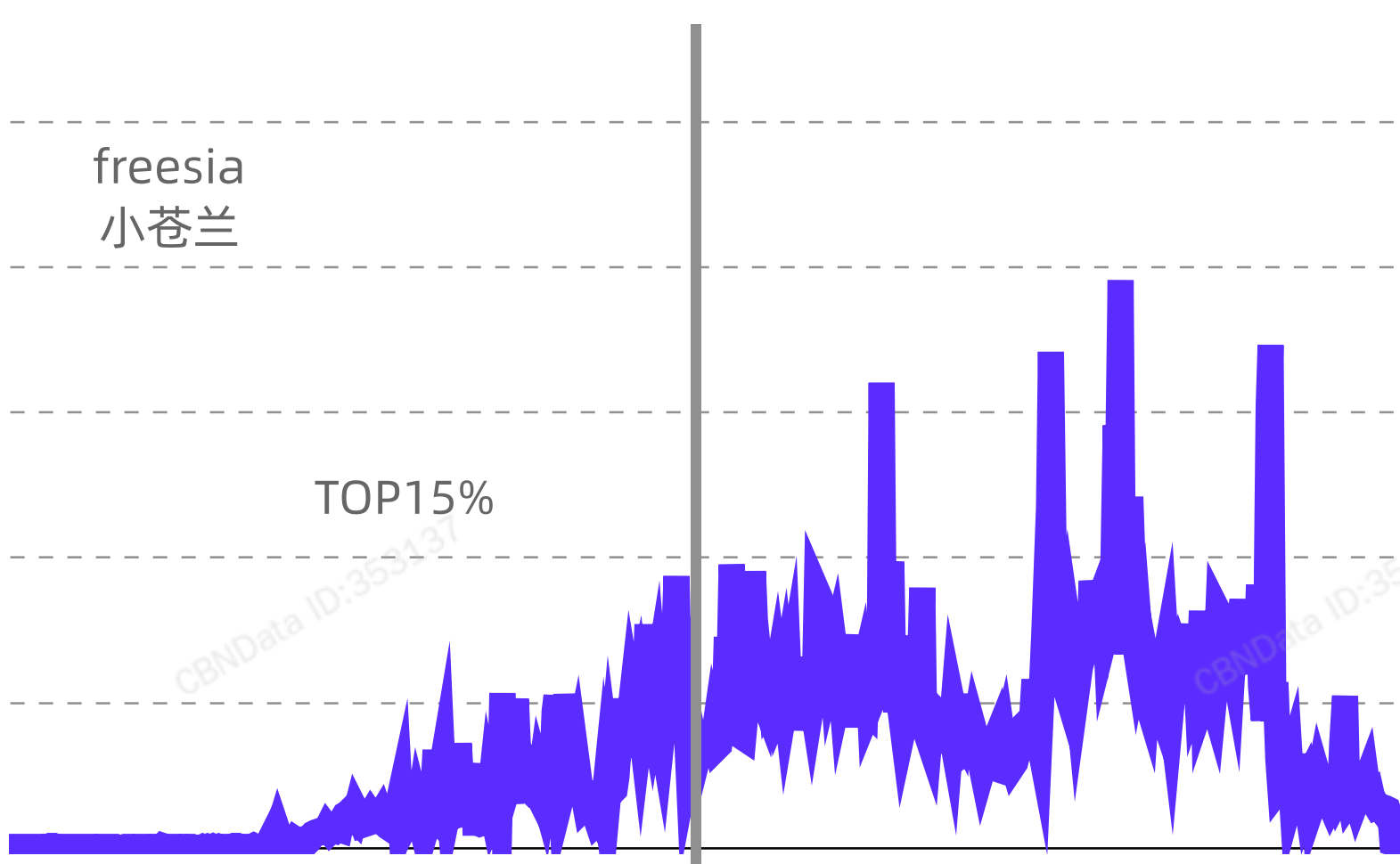
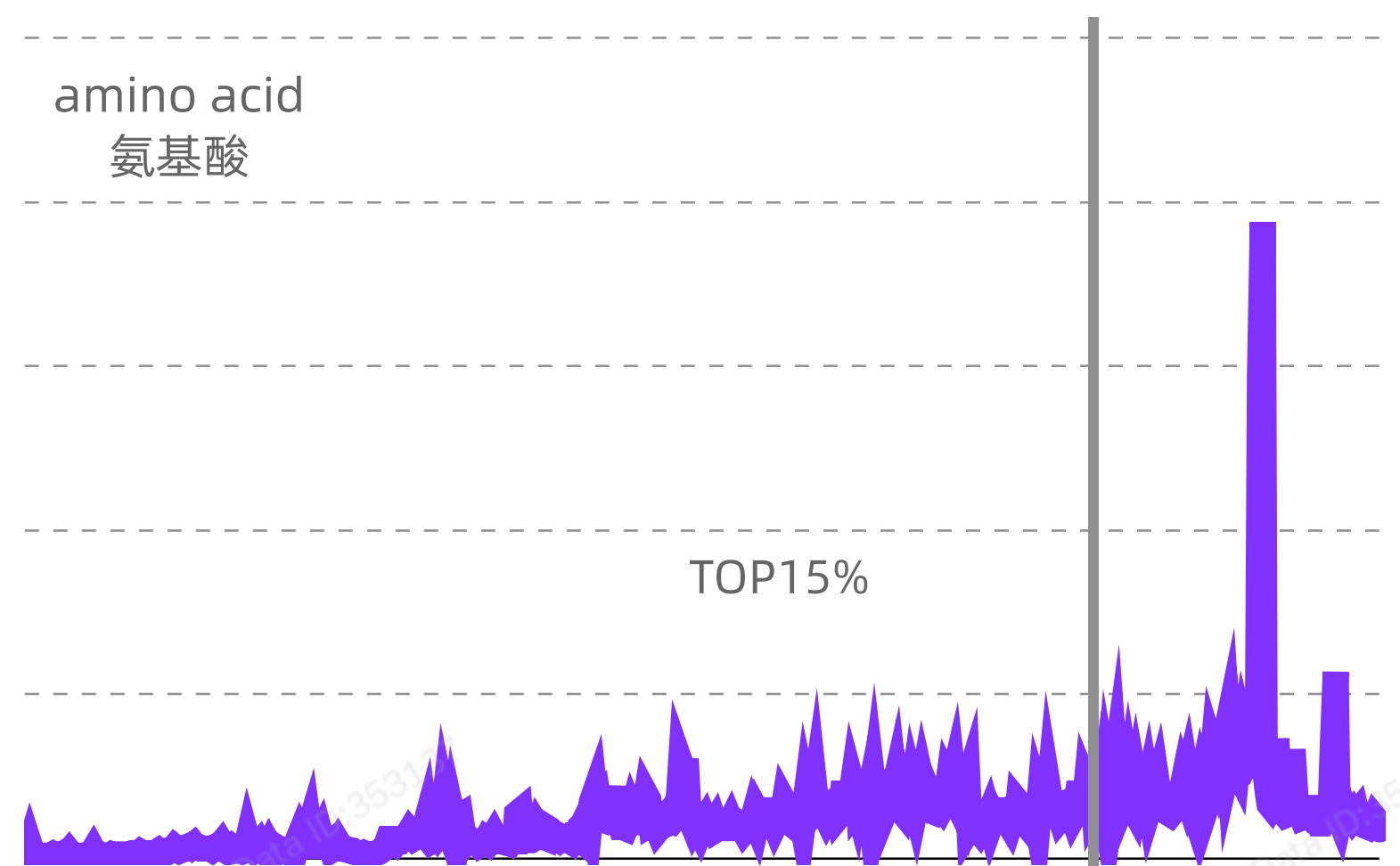
1. 爆词筛选

寻找完整生命周期爆词，并剔除不符合条件的噪音词



2. 由词圈人

选取与爆词发生交互的Top 15%人群进入EA人群库



蓝海趋势挖掘—根据营销需求进行人群对比锚定蓝海需求

基于淘内两年的数据，找到最先和这些爆词交互的趋势易感人群（即 Early adopter 人群，以下简称 EA 人群），定位 EA 人群当前互动的行为找到差异化趋势词，探寻类目的蓝海趋势

3. 人群分层找趋势词

通过重度交互的EA人群的当前行为
定位当前趋势词

Lo CHO 低糖

Meal replacement
代餐

Fat Burning
燃脂

Ketogenic
生酮

Sumiyaki
炭烧

Cold brew
冷萃

Three-in-one
三合一

Drip Bag
挂耳

Pour-over
手冲

Rrevitalizing
提神

4. 一键投放进行趋势测试

通过趋势词圈定人群，并通过投放
定位高效蓝海趋势

EA关注关键词人群 ?

类目选项

速溶咖啡/咖啡豆/粉

Q 输入关键词搜索

全部添加

特浓	添加
特调	添加
猫屎	添加
玫瑰	添加
现磨	添加

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16799

