

抖音电商

美好生活 触手可得

以数据引领生意增长

# 抖音电商罗盘产品通案

2022·06

# 目录

C O N T E N T S

01

兴趣生意下的  
数据生态

02

电商罗盘核心  
产品功能

03

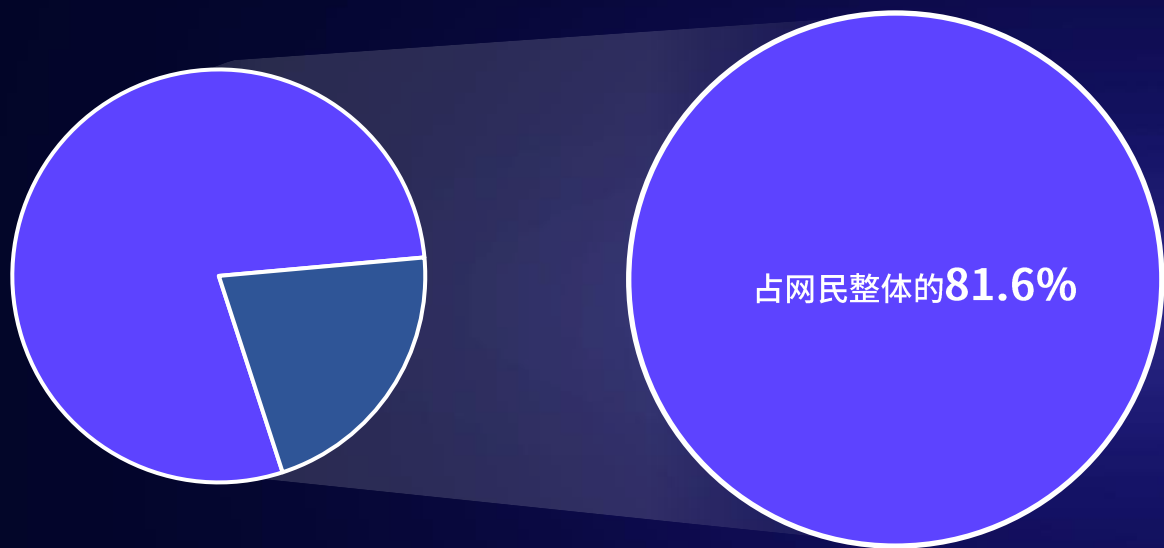
罗盘优秀  
案例解读

1

# 兴趣生意下的数据生态

## 消费者注意力向直播/短视频场景迁移

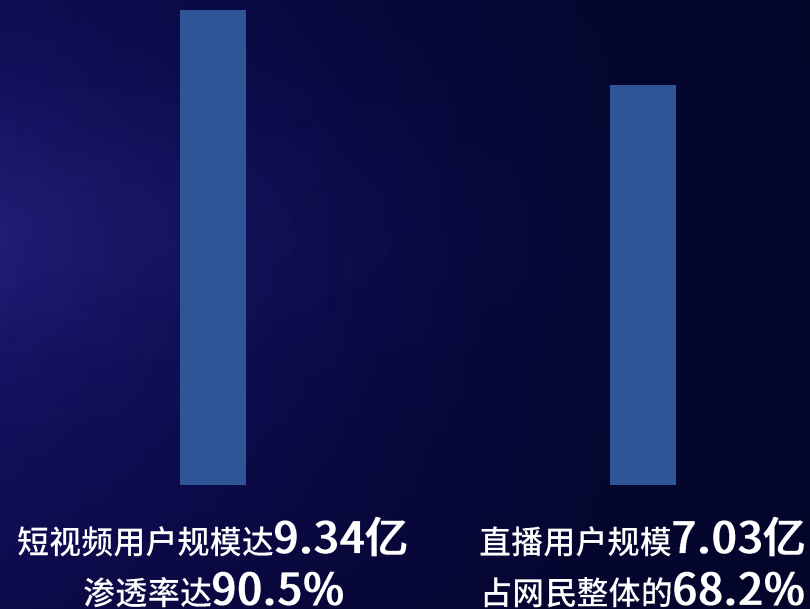
电商消费已成为中国消费者的生活常态



2021年中国网民规模**10.32亿**

网络购物用户规模**8.42亿**

短视频/直播成为规模大、增长快的内容消费形式



短视频用户规模达**9.34亿**  
渗透率达**90.5%**

直播用户规模**7.03亿**  
占网民整体的**68.2%**

### 飞速发展的电商交易规模

过去一年抖音电商累计售出商品**超100亿件**，GMV是年度同期的**3.2倍**。新入驻商家数超**180万**。

数据来源：抖音电商 2021年5月1日至2022年4月30日

### 快速积累的消费者购物心智

双11好物节累计看播人次达395亿，单场成交额破千万（含破亿）直播间**282个**

数据来源：2021年抖音双11好物节快报

### 品牌日趋繁荣的内容生态

2022年4月 内容互动量 **1559亿+**  
电商意图搜索PV **64亿+**，动销商家同比提升**165%**

数据来源：2020年5月1日至2021年4月30日 VS 2021年5月1日至2022年4月30日（GMV年度同期/动销商家同比）

2021.01 抖音抢新年货节总成交额 **208亿**

2021.04 单月支付用户破亿

2021.04 首届【抖音电商生态大会】成功举办

2021.05 抖音55潮购季订单量 **2.3亿单**

2021.08 抖音818新潮好物节累计订单量较去年增长**5倍**

2021.09 【抖音电商达人峰会】成功举办

2021.11 抖音双11好物节累计看播人数**395亿**

2022.01 抖音好物年货节直播总时长 **3171万小时**

2022.04 内容互动量 **1559亿+**



## 商家

### “兴趣电商”新赛道如何破局?

已有经验在“兴趣电商”赛道不可完全复用，需要前置性、全局性策略支撑

货品

内容

人群

新品突破

创造机会

潜客挖掘

### “兴趣电商”健康经营如何降本增效?

全链路（短视频/直播/物流/达人合作/广告投放等）经营思路的改变

货品

内容

人群

经营优化

优质匹配

高效转化

## 达人

### “兴趣电商”达人如何高效成长?

找到与达人特点匹配的商品，并吸引粉丝保持粘性，提升转化

货品

内容

人群

高效匹配

特色优质

沉淀转化

## 什么是抖音电商罗盘？

是抖音电商官方推出的数据产品，其目标是帮助商家以数据引领生意增长，  
让生意增长有洞察方向，让生意经营可诊断可优化。



生意增长引擎



店铺经营大脑





# 助力新生态场域下长效增长

## 数据权威力

实时更新

口径统一

丰富准确

稳定支持

## 全局掌控力

全网内容标签

消费者数据

全域场景数据

电商广告/成交数据

## 底层智推力

语音语义识别

权益规则透传

图像识别

行业知识图谱

## 预测前瞻力

消费趋势洞察

行业趋势预测

预测热点

前置布局

抖音电商

美好生活 触手可得

2

电商罗盘核心产品功能

抖音电商  
罗盘·策略 生意增长引擎

### 品牌驾驶舱

商品策略

内容策略

人群策略

- 市场洞察
- 竞争分析
- 新品测款
- 爆款培养

- 内容创意
- 内容榜单
- 达人优选
- 卖点挖掘

- 经营关系资产
- 人群圈选
- 新客拉新
- 老客复购

### 智造工场

自定义数据分析 | 标签建模 | 数据融合 | 技术预测

抖音电商  
罗盘·经营 店铺经营大脑

### 店铺驾驶舱

直播

短视频

商城

达人

- 直播大屏
- 直播诊断
- 主播分析

- 实时短视频
- 短视频诊断
- 短视频种草

- 搜索优化
- 店铺优化
- 商城推荐
- 频道活动

- 达人优选
- 达人复盘

### 服务体验

商家体验分 | 物流诊断 | 服务诊断 | 服务分析

电商罗盘产品矩阵，旨在构建生意增长的数策生态，为品牌提供从策略到经营的产品+服务解决方案。

## 品牌驾驶舱

🕒 品牌数据整合

🔄 品牌经营关系资产整合分析

📊 品牌商品销售总榜

📶 全渠道流量分析

📄 多店巡检

### 商品策略

### 内容策略

### 人群策略

#### 市场洞察

分析市场机会，  
挖掘消费者需求

- 品类概览
- 需求趋势
- 市场榜单

布局新市场机会

发现新消费需求

#### 竞争分析

指定多竞品追踪，  
商品粒度对比分析

- 竞争追踪
- 竞品详情
- 竞争对比

追踪竞品表现

定位竞争机会

#### 商品实验室

结合调研及技术模  
型，验证市场机会

- 用户调研
- 机会市场
- 多市场发现

定向人群调研

评估商品趋势

#### 内容趋势分析

通过消费者在平台上的内容热词  
挖掘市场热点机会，挖掘内容趋  
势，通过内容数据挖掘品类商品  
机会

内容创意

卖点挖掘

内容榜单

达人优选

#### 经营关系资产

电商经营关系资  
产数据沉淀与人  
群流转链路

品牌经营  
关系资产

人群跃迁分析

#### 用户增长

支持品类、品牌、  
大促、特色商品人  
群的自定义分析与  
应用，提升潜客量  
级及老客粘性

人群圈选

人群应用

智造工场

🔍 自定义数据分析

🏠 标签建模

⚙️ 数据融合

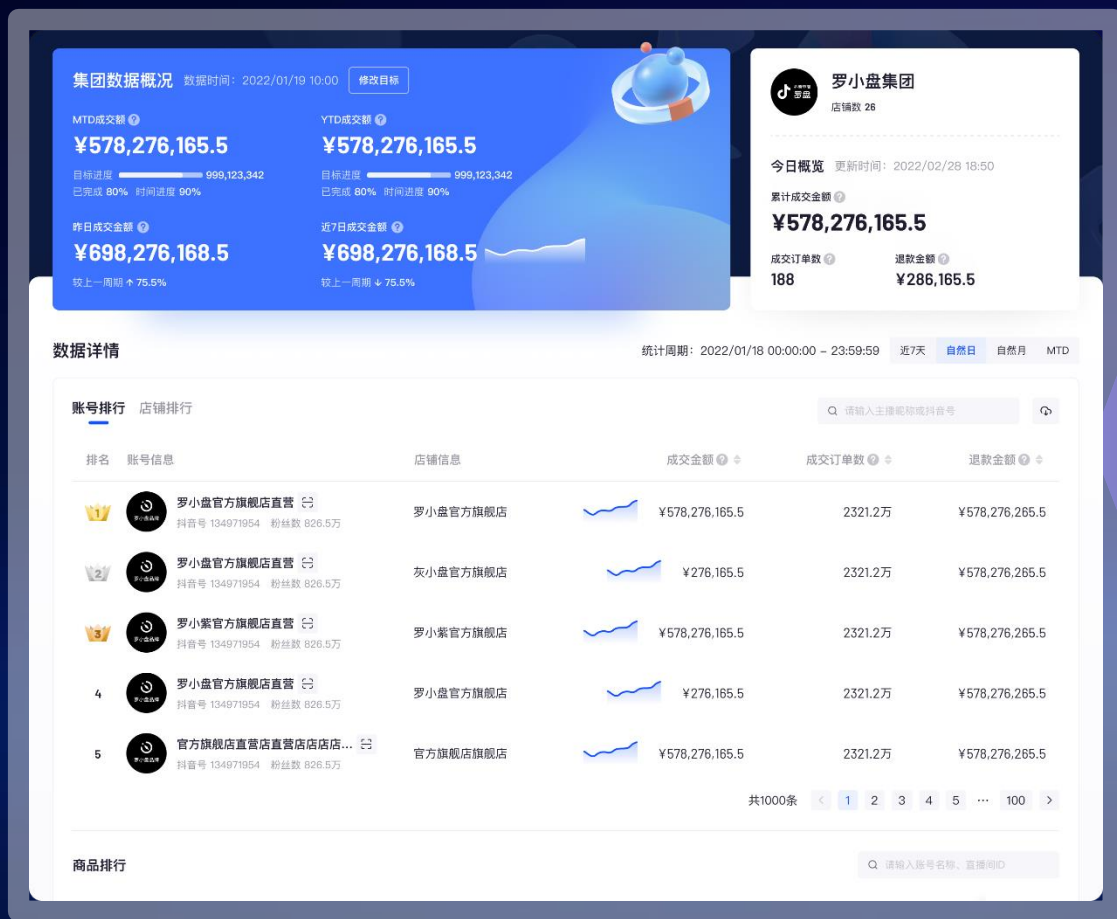
🔮 技术预测

# 场景一：提供整体品牌生意健康度分析 · PRODUCT

洞察生意整体健康度

分析增长因子

产出核心决策



生意增长

品牌GMV | 行业排行 | 品类GMV占比 | 店铺排行

人群增长

经营关系资产 | 客单价 | 新老客

商品资产

动销商品数 | 动销品类数 | 平均商品力

阵地宽度

直播GMV | 短视频GMV | 商城GMV | 搜索GMV | 达人合作GMV

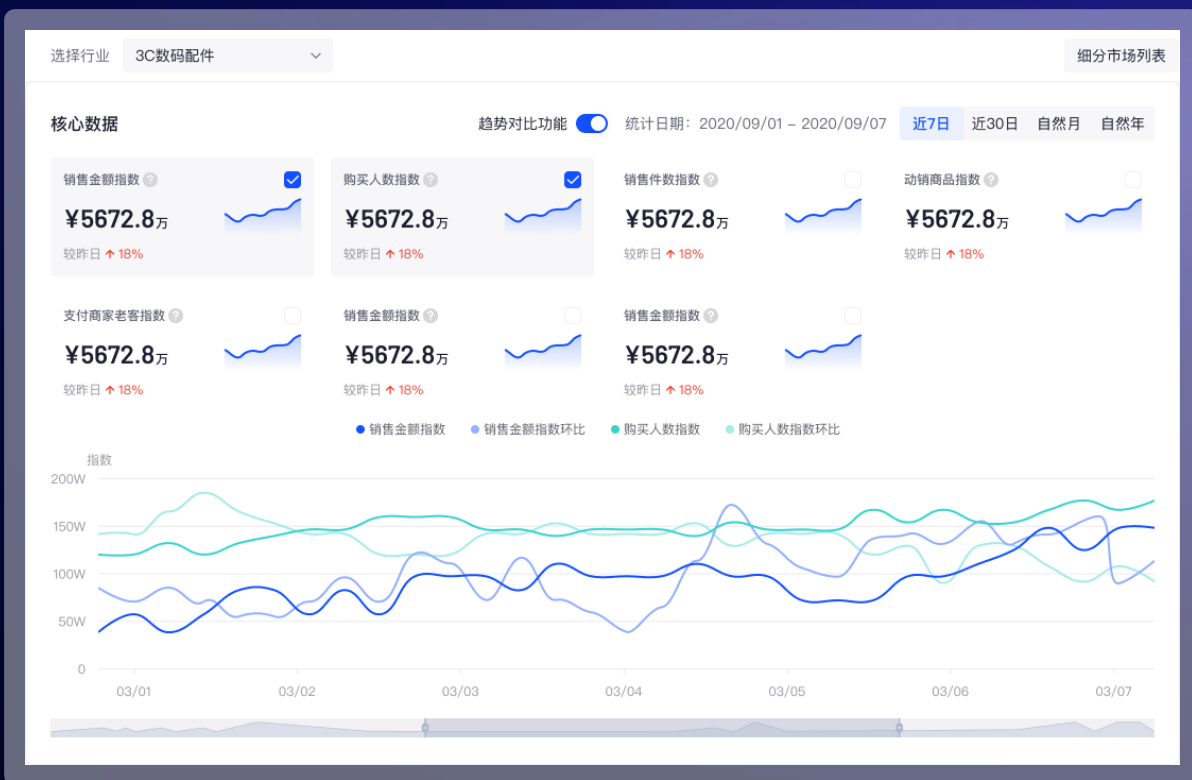
## 了解品类趋势

## 发现品类机会

## 定位细分市场分析

### 了解品类趋势

- 分析类目的关键指标表现，了解市场驱动因素
- 数据指标：指数化的销量、购买人数、销售件数、动销商品数



### 发现品类机会

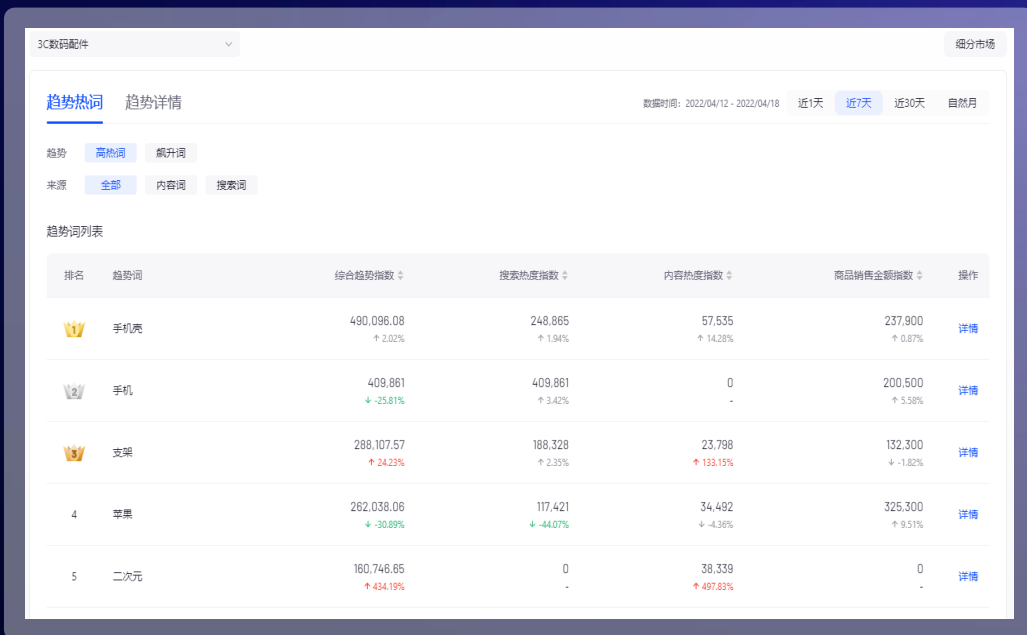
- 分析下级/同级类目的市场量级及增速，定位成熟品类及高增速的机会品类
- 数据指标：指数化的销量、购买人数、销售件数、动销商品数



## 分内容体裁研究消费者在抖音平台上的搜索热词、内容热词 结合最终成交转化的TOP商品，帮助品牌更好识别消费者的需求

### 探索品类趋势热词

- 分析类目下高热度的内容词、搜索词
- 数据指标：综合趋势指数、搜索热度指数、内容热度指数、商品销售金额指数



### 下钻分析趋势热词

- 分析趋势热词的热度趋势，对应的热门内容和热门商品
- 数据指标：内容可看曝光量、互动指数，商品可筛选 高转化/高点击/高销量/高增速



开放抖音电商人群的内容、商品维度100+标签以及行业特色人群标签

支持自定义人群分析及应用到公私域渠道

### 人群分层

高潜用户、首购、复购的用户资产及流转分析



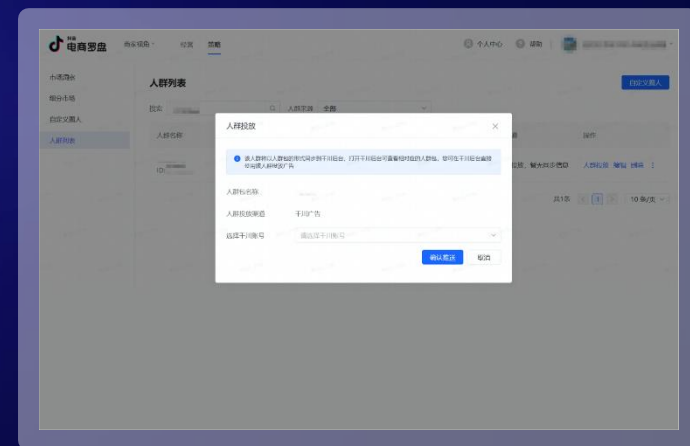
### 人群圈选

支持多维度标签灵活圈选



### 人群应用

支持人群到公私域渠道 (如千川广告营销、定向人群问卷、抖音商城等)



### 人群业务场景

新品调研

经营关系资产

人群流转

拉新提频

老客运营

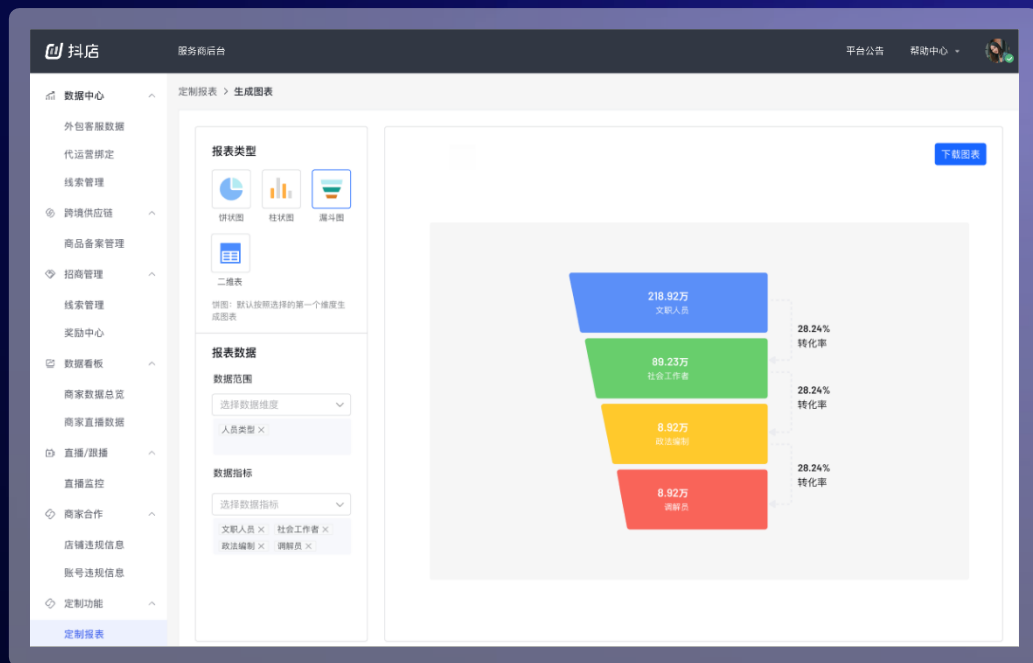
流失召回



## 为品牌数据中台提供定制化数据建模和数据挖掘工具 帮助品牌做深度的经验分析和预测、洞察市场机会

### 智造工场-报表管理

在安全可控的环境下，开放品牌的商品、销量、流量数据帮助品牌做好经营月报、周报等场景



### 数据融合

支持安全加密的方式融合线下数据、抖音站外数据，支持人群上传洞察画像并应用等场景

点击或将文件拖拽到这里上传

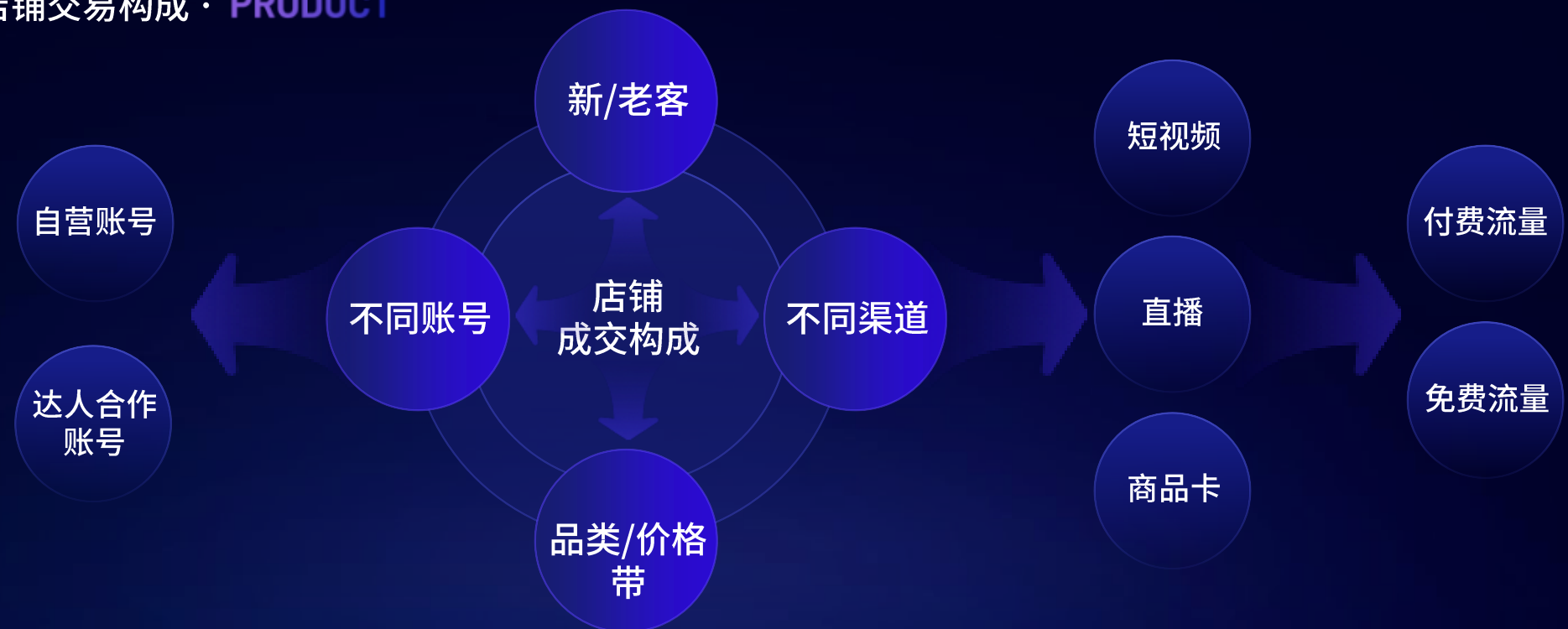
1. 上传文件内，每行一个User\_id
2. 支持上传多个txt/csv文件，单文件不超过800M(约5000万行)
3. 请预览文件后再上传

## 罗盘·经营



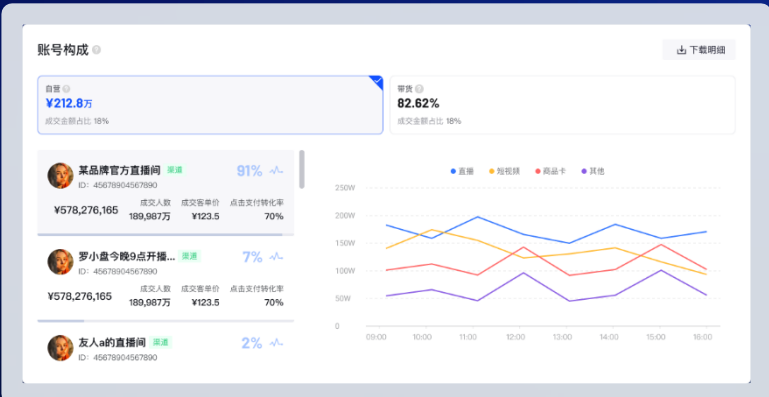
# 场景一：多维度分析店铺交易构成 · PRODUCT

## 交易构成&店铺排行榜



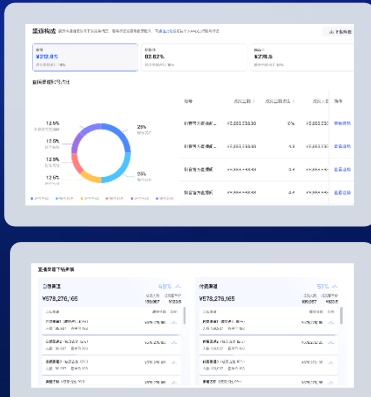
### 分析账号成交构成

- 拆了解不同带货账号的成交数据（包含所有自营和本店有合作的达人账号）



### 分析渠道成交构成

- 拆了解不同带货渠道的成交数据（包含直播/短视频/商品卡等），直播可拆分为付费/免费流量渠道



### 了解店铺行业排名

- 快速定位在同行业同一级类目下的自身排名，识别可参考学习的优秀商家



## 店铺经营五力图

(店铺运营效果及效率衡量，明确自身经营能力长短板，找到学习目标及方向。)



### 诊断客服/定位服务指标/拆分物流环节

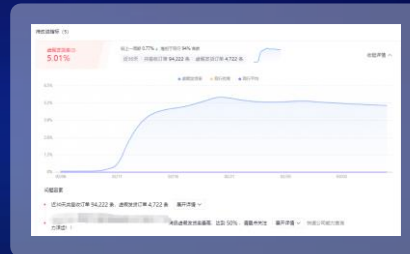
#### 服务分析

- 诊断客服、售后、评价和用户负反馈等各项指标。定位服务指标问题，提供优化建议



#### 物流分析

- 了解物流各个环节作业情况、分析各项核心指标和识别异常明细，拆分物流环节定位待改进的问题



直播计划/数据大屏/直播复盘/直播详情/直播诊断/直播榜单

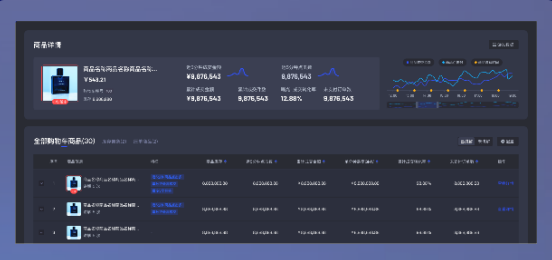
直播前选品计划

- 根据直播目标进行选品组货，测算预估GMV，根据引流/业绩/普通/潜力款等多维度完成



直播中实时盯盘

- 实时分析直播核心指标及违规预警情况、流量/货品/人群情况，及时调整投流及商品讲解策略

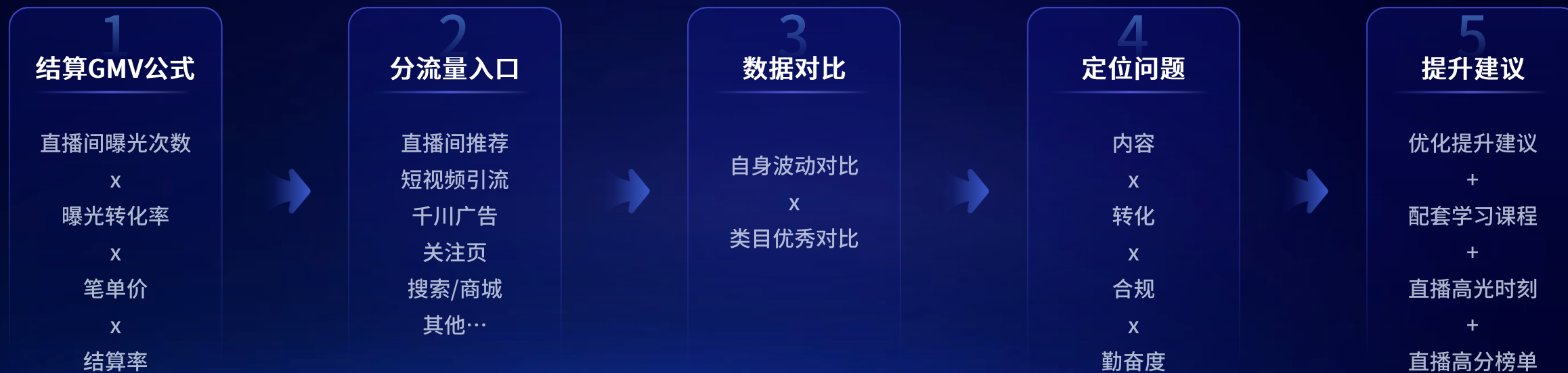


直播复盘

- 周期性直播复盘/单账号直播效果复盘/单场次直播间流量诊断/了解行业优秀直播间



## 罗盘直播间流量诊断解读步骤



直播间黄金公式：直播间结算GMV = 直播间曝光次数 \* 曝光 - 成交转化率 \* 笔单价 \* 结算率

# 视频榜单/自营视频/合作视频/实时短视频/短视频详情

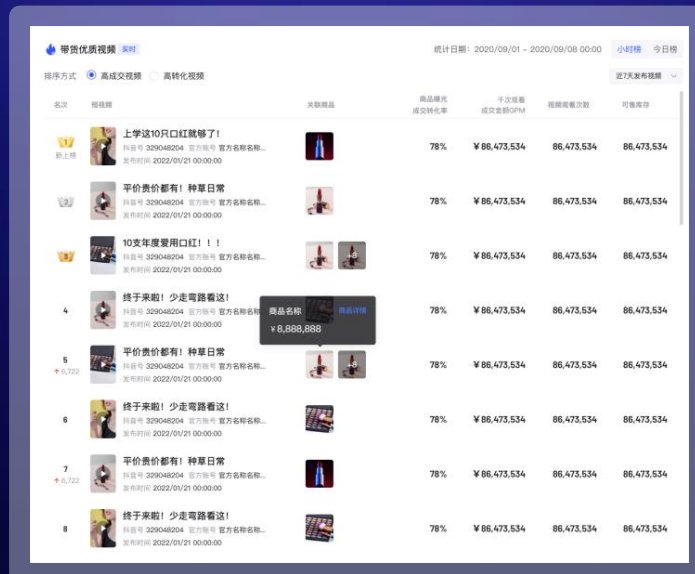
## 视频创意

- 识别短视频在行业中的实时排名，学习大盘表现优异相似短视频内容



## 实时数据

- 实时识别高成交、转化短视频，判断库存及流量情况，调整商品及广告策略



## 短视频复盘

- 复盘自营/达人合作短视频，流量、引流、转化及交易表现的数据效果





## 商城分析/搜索分析

### 泛商城各渠道概况分析

- 了解泛商城整体以及不同渠道（搜索/店铺橱窗/商城推荐）的流量、成交情况，行业排行榜



### 不同内容载体明细

- 明确不同渠道下贡献较高的直播间/短视频/商品明细

**直播间明细** 查看更多

| 直播间                           | 直播间观看人数 | 商品点击人数  | 成交人数 | 成交订单数 | 流量转化率 | 订单转化率 | 成交金额          |
|-------------------------------|---------|---------|------|-------|-------|-------|---------------|
| 直播间名称最长示意...<br>抖音号: 88347375 | 9079058 | 9067889 | 90%  | 90%   | 90%   | 89%   | ¥1,887,787.87 |
| 直播间名称最长示意...<br>抖音号: 88347375 |         |         | 90%  |       | 90%   | 89%   | ¥1,887,787.87 |
| 直播间名称最长示意...<br>抖音号: 88347375 |         |         | 90%  |       | 90%   | 89%   | ¥1,887,787.87 |
| 直播间名称最长示意...<br>抖音号: 88347375 |         |         | 90%  |       | 90%   | 89%   | ¥1,887,787.87 |
| 直播间名称最长示意...<br>抖音号: 88347375 |         |         | 90%  |       | 90%   | 89%   | ¥1,887,787.87 |

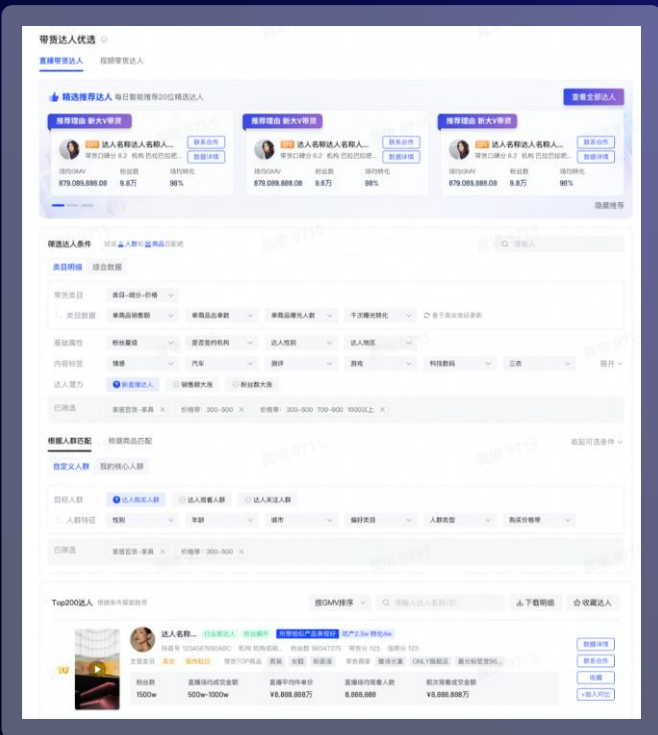
**购后页面-商品列表** 点击下载明细

| 商品信息                                    | 商品点击人数    | 成交人数      | 成交转化率 | 成交订单数        | 成交订单金额      | 笔单价    | 操作   |
|---|-----------|-----------|-------|--------------|-------------|--------|------|
| 商品名称名称名称名称名称名称<br>名称名称名称名称<br>价格 ¥234.0 | 88,888.88 | 8,888.88  | 99%   | 8,888,888.88 | ¥888,888.88 | 888.88 | 商品详情 |
| 商品名称名称名称名称名称名称<br>名称名称名称名称<br>价格 ¥234.0 | 88,888.88 | 88,888.88 | 89%   | 8,888,888.88 | ¥888,888.88 | 888.88 | 商品详情 |
| 商品名称名称名称名称名称名称<br>名称名称名称名称<br>价格 ¥234.0 | 88,888.88 | 88,888.88 | 89%   | 8,888,888.88 | ¥888,888.88 | 888.88 | 商品详情 |

### 达人优选/合作达人

#### 根据目标挑选达人

- 基于目标渗透用户/商品，提供大盘直播/短视频细分类目、基础属性及内容标签下种草/成交匹配度高的达人参考



#### 评估达人能力表现

- 通过成交-种草四象限评估达人能力，结合内容/人群/商品/服务全方面分析，筛选出种草潜力大和带货效果好的达人



#### 复盘达人合作价值

- 定位拉新/复购/种草TOP达人，分析潜在人群后续流转趋势并二次触达，促进拔草承接，提升达人合作总体价值



## 了解店铺运营概况

昨日业绩/实时数据/交易分析

- 了解店铺昨日业绩表现、查看实时数据、分析各渠道交易构成，以此评估店铺运营能力



## 提升内容制作能力

直播分析/短视频分析/行业榜单

- 查看分析店铺直播、短视频内容制作水平，学习优秀店铺，提升内容制作能力



## 分析店铺服务水平

体验分/服务分析

- 分析店铺售后、客服、评价、体验分服务能力，保障店铺服务体验



3

## 商家优秀案例解读

# 某美妆品牌：中心场弯道超车新机会，商城GMV提升84% · PRODUCT

- 案例背景：**品牌主打套盒单品，有一定高认知度爆款（红胶囊）和心智，有较好的传统电商经验，但对商城场景运营整体关注不足，关键货品无长效运营意识。
- 商家痛点：**品牌认为商城是品牌在抖音的增量阵地，有更好的弯道超车机会；中心化阵地对品牌来说成本更可控、生意更稳定，是降本提效的重要途径。

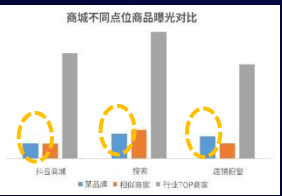
## 解决方案

### 1 拆解商城GMV来源

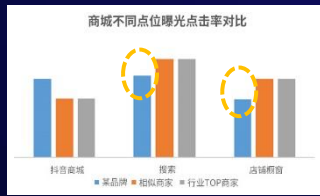
商城GMV = 抖音商城GMV + 搜索GMV + 店铺GMV + 其他

### 2 下钻各来源的核心影响因子

各渠道GMV = 商品曝光次数 ↓ × 曝光点击率 ↓ × 点击转化率 × 单均价



(商品曝光次数行业对标)



(曝光点击率行业对标)

## 策略落地

### 1 搜索场景

关联搜索词：标题关联“补水保湿/护肤/水乳”等词  
内容供给：热搜词视频50条/月提升至300+条/月

### 2 商城场景

商品链接稳定、直播间人群积累、商品主图优化



## 效果复盘 (阶段)

搜索GMV ↑ 35%+      商城GMV ↑ 84%+

搜索自然流量 ↑ 26%+      商城推荐流量 ↑ 72%+

\*品牌实践举措落地前后7天对比效果

### 商家应用场景总结

- 搜索优化：1)搜索词优化； 2)短视频内容供给；
- 商城优化：1)商品链接稳定；2)商品主图优化； 3)积累人群

# 某滋补品牌：商城+搜索经营诊断组合拳，高出TOP水平3倍 · PRODUCT

案例背景：品牌all in抖音电商阵地，长期深耕优秀丰富内容及货品，以明星+头部达人+腰部达人构建内容矩阵，多维度种草带来大量曝光，主打爆品低价策略。

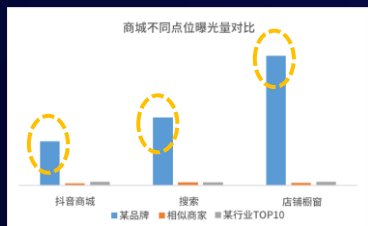
## 解决方案

### 1 拆解商城GMV来源

商城GMV = 抖音商城GMV + 搜索GMV + 店铺GMV + 其他

### 2 下钻各来源的核心影响因子

各渠道GMV = 商品曝光次数 ↑ × 曝光点击率 ↑ × 点击转化率 ↑ × 单均价



(商品曝光次数行业对标)



(曝光点击率行业对标)

## 策略落地

### 1 搜索场景

关联搜索词：标题关联（如左旋/减肥/叶黄素）

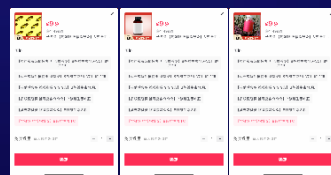
内容/货品供给：平均每个商品17个视频

商品规格：9.9元降低购买门槛、多规格拉升单价

### 2 商城场景

内容供给：商城日均曝光商品数1.6k；

人群积累：账号粉丝量130万，每月成交用户达15.8w。



## 效果复盘（阶段）

搜索流量/GMV 高出TOP水平10倍

搜索曝光点击率 高出相似商家25%+

商城流量/GMV 高出TOP水平3倍

\*品牌实践举措落地前后7天对比效果

### 商家应用场景总结

搜索优化：1)搜索词关联； 2)内容/货品供给；  
3)商品小规格设置；

商城优化：1)内容供给； 2)货品供给； 3)人群积累。

# 某服饰品牌：罗盘品牌策略，助推连衣裙打造爆品 · PRODUCT

- 📄 **案例背景：** 22年启动抖音电商独立货盘规划，期待以品牌核心品类连衣裙为突破，落地货盘调整及新品快反
- 💬 **商家痛点：** 1.如何基于抖音电商行业趋势做货盘调整？ 2.如何基于抖音电商行业趋势做新品企划？

## 解决方案

### 女王节备货调整，总结“甜美减龄风”和“暗黑精灵风”两大组货趋势

- 连衣裙市场分析,提供四大组货建议(复古波点、甜美减龄、暗黑精灵、舒适显身材)
- 消费者测款，调研直播间粉丝偏好的连衣裙及价格



## 策略落地

### 商家基于建议落地运营动作：

#### 1 主播话术引导

38期间重点运营24款商品，调整库存(18款商品)，共追加37,400件

#### 2 商城场景

[新品企划]：拓展“暗夜精灵”风格，对13款趋势品直播间重点运营



## 效果复盘 (阶段)

### 商家应用场景总结：

8款趋势款  
Top10连衣裙

2名 (进入前十)  
连衣裙类目-商城  
女装排名环比提升

+8pt  
爆款集中度

+20%  
趋势款GPM提升

### 商家应用场景总结

- 直播间主推款调整，库存快速调整，新品快反
- 配合营销活动，赋能商家趋势货品流量的快速获取及成交的快速突破

📖 **案例背景：** 防晒新品于22年3月上市，通过内容数据洞察消费者需求，结合[新品问卷]打造产品核心卖点，助力新品成长

🗨️ **商家痛点：** 1.如何优化内容策略？ 2.如何提升内容触达效率？

## 解决方案

### 1 市场洞察，发现机会

- 防晒品类中消费者偏好[高防晒指数]、[清透肤感]、[便携]的产品

### 2 消费者调研，校准创意表达

- 肤感内容表现好，学生偏好功效/科技成分

购前搜索&内容种草分析

| 高排序热词 |     |    |      |
|-------|-----|----|------|
| 属性    | 场景  | 功效 | 其他   |
| 油感    | 户外  | 保湿 | 性价比  |
| 敏感肌   | 通勤  | 轻薄 | 二合一  |
| 便宜    | 办公室 | 防晒 | 便携   |
| 防晒    | 运动  | 防水 | 红唇   |
| 美白    | 学生党 | 控油 | 军训   |
| 买前    | 场景  | 功效 | 其他   |
| 清爽不油腻 | 学生党 | 美白 | 水感清透 |
| 多效防护  | 通勤  | 水感 | 滋润补水 |
| 隔离紫外线 | 身体  | 防晒 | 轻薄   |
| 多重防护  | 户外  | 清透 | 温和   |
| 防晒护肤  | 海边  | 露肤 | 二合一  |

## 策略落地

### 结合人群偏好，精细化沟通策略

在肤感、防晒力、成分维度设置差异化沟通策略



学生党



小镇青年



新锐白领



1-3线城市人群  
对照组

### 3套广告素材(科技感/肤感/成分)



## 效果复盘 (阶段)

### 活动期新品销售(抖音电商开新日)

TOP1 清透防晒乳  
抖in爆款榜

200%  
新品GMV完成率

2名 (进入前十)  
优化后短视频素材转化率

+3x  
优化后直播间互动率

### 商家应用场景总结

短视频制作：围绕核心卖点，剪辑强化

直播间优化：强化内容表达，有效提升转化



# 某美妆品牌：罗盘创意内容指导，消费者原声反馈种草体验 · PRODUCT

📄 **案例背景：** 某奢品集团下的专业彩妆品牌，3月全网开售新品粉底液，抖音独家预售(开新日IP)

💬 **商家痛点：** 品牌希望通过消费者原声反馈结合内容测试，找到最佳内容策略

## 解决方案

### 1 问卷调查—产品反馈测试

达人私域粉丝群派样，问卷回收消费者反馈

### 2 内容测试-传播策略测试

公域短视频投放，验证人群X素材匹配度。



达人粉丝群派样



三套短视频信息流广告素材

## 策略落地

### 基于调研报告，校准传播策略

#### 1 场景营销

- 轻薄日常妆/素颜感/春夏感底妆
- “妈生好皮” “0粉感” “伪素颜”

#### 2 产品组合

- 提升遮瑕度：粉底+遮瑕
- 减缓氧化：粉底+抗氧化精华
- 提升持妆度：粉底+定妆喷雾



粉底液+精华



粉底液+遮瑕



粉底液+定妆喷雾

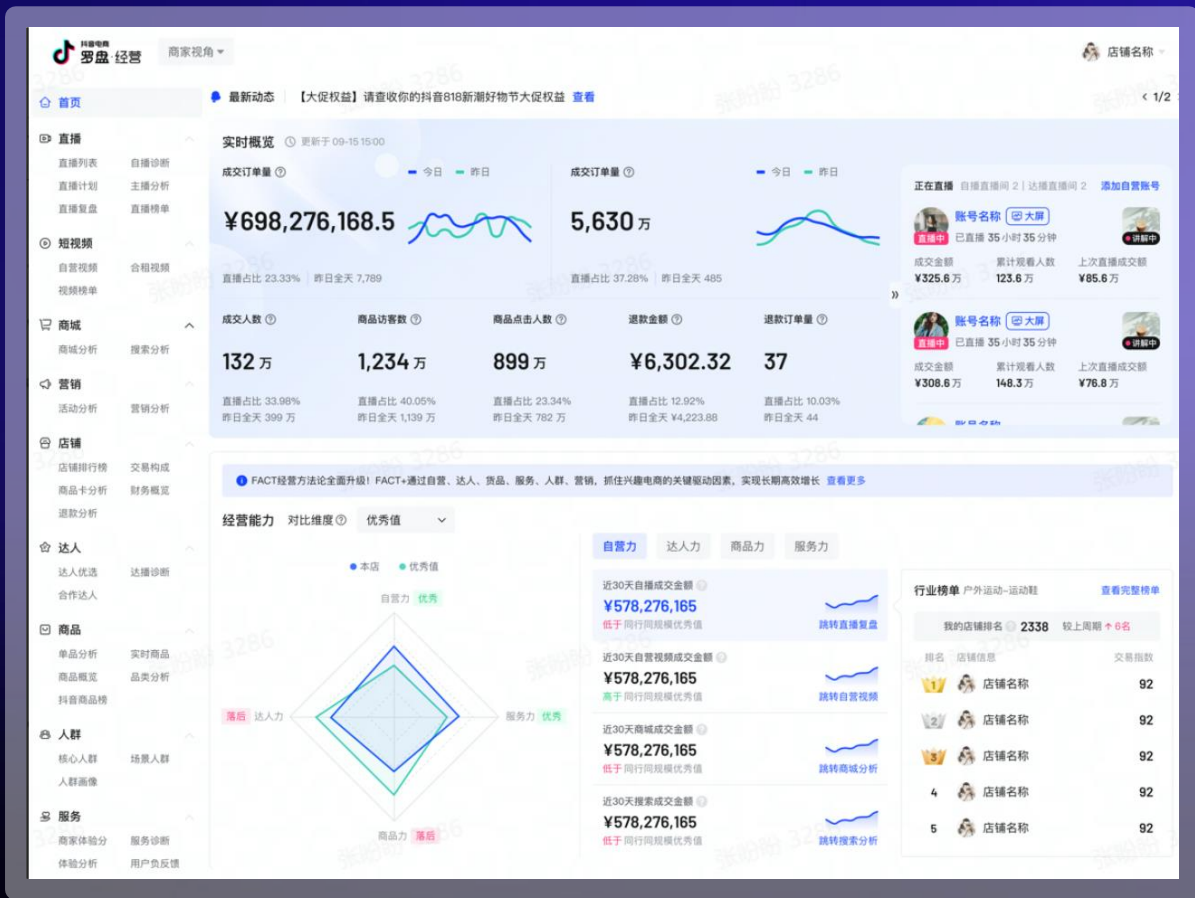
## 效果复盘（阶段）

### 商家应用场景总结

内容优化：1) 内容表达优化；2) 色号指导优化；  
3) 产品搭配使用

人群应用：1) 人群扩展/达人粉丝人群触达；  
2) 短视频投放；3) 已购消费者再触达

## PC端首页展示



## APP端首页展示



## 扫码使用罗盘



# THANKS

2022.06-抖音电商罗盘