

软风研究社新消费品牌创新闭环营销

- ◆ **品牌名称:** 软风研究社
- ◆ **所属行业:** 个护
- ◆ **执行时间:** 2022.06-07
- ◆ **参选类别:** 新消费品牌营销类

ソフトウインド研究所

软风研究社

Soft Wind Research Institute



项目背景:

国货个护新消费品牌软风研究社推出创新性新品软软超高腰，希望通过抖音712电商新锐发布活动，实现品牌声量和产品销量的双丰收。而达人种草短视频为新品种草蓄水，同时真实的达人种草视频丰富活动竞价素材，为转化助力。

核心策略: “以抖音为核心打响新品立位之战，携手抖音S级电商大促“抖音新锐电商发布”，借势明星及站内红人资源，全方位引爆产品声量、销售大爆发。”

品牌营销目标: 借势抖音电商新锐发布活动，扩大品牌声量，为新品软软超高腰塑造口碑、提高认知度。

短期目标: 打造新品口碑，扩大品牌声量

长期目标: 5A人群资产积累，刺激销售转化

活动时间: 2022年7月12日-7月18日

这个世界的安睡裤千千万，却没有有一款能真正让我“晚安”

经期“小腹冰凉疼痛、怕侧漏而难入睡”几乎是所有女生的痛点，然而市面上的安睡裤千千万，没有一款能同时解决解决这两大难题，导致很多女生经期时夜晚就失眠，每个月那几天，工作、学习、生活的状态都不佳。

软软超高腰安睡裤首创40mm超高腰设计，守护经期娇弱易凉腹

特殊期不再是特“束”期 经期自由自在

安睡裤界的突破创新型产品 女生姨妈期的舒适神器

活动主题回顾

女子新风向

明星红人诠释个性态度，拓圈人群 塑造品牌调性 为产品背书

签约明星舒畅为品牌大使，利用明星效应有效拓圈人群，为产品背书，达播专场+自播空降连播的合作模式，最大程度收割明星粉丝价值

S级电商大促“抖音新锐发布”拱热 抖音达人种草助力

“抖音新锐电商发布”大幅拱热品牌活动，抖音种草达人真实种草，为品牌持续蓄水引流

一款让经期女生真正“晚安”的安睡裤，特殊期不再是特“束”期，活出新时代女性的独特光彩。

明星、达人的真实场景演绎，贴纸创意演绎，既传递品牌态度又打出了产品的核心优势。

核心卖点传播



一级卖点 (功能向) :

40mm超高腰, 防护到肚脐, 守护经期娇弱易凉腹

二级卖点 (功能向) :

360°防漏设计+490mm超长芯体+诺尔SAP20倍大吸力, 量大的整晚都不怕漏

三级卖点 (产品触感) :

- 1、蕴含蚕丝蛋白精华的棉柔表层, 细腻柔软, 带来软风般舒适体验, 呵护娇嫩肌肤
- 2、莱卡弹力腰围, 柔韧高弹, 贴合多种身材, 不勒肚子
- 3、微孔透气膜排湿更透气, 护腹不闷汗

传播回顾

Round 1、抖音达人种草视频蓄水

围绕#女子新风向 主题，高腰部、腰部的美垂、评测、好物种草达人以多场景化痛点角度切入，配合达人真实演绎，突出新品软软超高腰“高腰更护腹”的差异化优势，打出产品认知；



Round 2、品牌官宣舒畅，达播专场+自播空降连播，抖音新锐电商发布核心资源上线，实现声量爆发、销售收割
签约舒畅为品牌大使，站内（千川投流、直播间引流、开屏资源、王牌硬广等）、站外资源（微博话题、微博大V、信官方渠道等）联动，宣传达播专场和舒畅空降品牌直播间，最大程度引流TA到直播间，种草转化双管齐下；



Round 3、红人专场直播持续拱热度，再次小爆发

陈三废、刘芳老师、彩虹夫妇、倪虹洁等站内优质直播达人，合作达播专场，传播产品核心卖点和差异化认知。



Round 4、抖音达人种草视频加持热度，延续长尾声量



抖音种草KOL执行情况

总曝光12,032,400次

CPM 40.90

CPE 1.65

购物车点击率高达 4.47%

序号	达人类型	达人名	播放量	CPM	CPE	购物车点击率
1	美妆	张八戒	91,600	154.75	4.83	3.21%
2	美妆	是小飞女不是消费女	1,146,700	10.99	1.04	4.07%
3	情侣	雪顶小福娃	384,400	92.87	1.84	3.89%
4	美妆	姜莱	281,900	16.46	1.75	7.00%
5	美妆	韩憨憨	2,164,500	25.64	5.55	3.22%
6	美妆	橘子很挑剔	237,600	43.75	3.01	3.82%
7	美妆	唐小曼Mandy	1,019,300	28.02	3.10	2.09%
8	情侣	点点和高智	463,700	28.87	1.15	0.95%
9	美妆	苏淼淼	947,400	13.30	5.19	2.82%
10	美妆	黎孩	196,200	117.74	1.22	4.02%
11	美妆	大叨叨	299,100	25.28	2.79	2.70%
12	美妆	兔子阳林汐	619,700	37.28	1.77	5.51%
13	美妆	甜的储藏室	279,400	42.28	2.41	2.53%
14	美妆	小晚姐姐	433,400	25.20	1.01	0.73%
15	美妆	马儿很优秀	512,600	71.90	1.79	7.14%
16	美妆	阿啾爱种草	83,100	261.55	2.55	5.65%
17	美妆	少女小茉莉 (宝妈版)	37,100	367.92	1.32	2.84%
18	美妆	贝拉LALA	36.25	1.19	4.75%	4.75%
19	拍照	周吉吉	48.41	0.97	0.70%	0.70%
20	美妆	温温柔柔王美美	60.00	1.66	11.83%	11.83%
21	生活	范一月	185.69	10.96	3.58%	3.58%
22	美妆	高秋子	44.35	2.16	5.50%	5.50%
23	生活	宁宁崽	103.43	0.72	/	/
总计			12,032,400	40.9	1.65	4.47%

新锐电商活动-字节资源一览

开屏、品牌海报、官抖种草视频、活动会场落地页、话题页等活动资源均准时上线



至柔卫生巾、软软超高腰抖音种草视频



活动主会场落地页



女子新风向话题页

站外传播-微博

·短期内完成资源上线，#舒畅直播间卫生巾 实现1.3亿曝光，#年轻实力我定义 实现1亿曝光。
 舒畅x软风研究社直播间 硬广博文共31条（原定20条），总阅读量5401w次，总互动 8.9w+，极大提升站外活动热度。



全球娱乐扒皮 22-7-13 18:16 来自微博 weibo.com 发布于 海南

品牌大使官宣啦！这一次，@软风研究社官方号 将携手女子新风向先行者@舒畅 给每一位女生软风般的守护！

软风研究社相信#年轻实力我定义#，让TA活出当代女子新风向，不断展现新的自己！7月13号晚上9点-10点快来看#舒畅直播间卫生巾#看看畅姐的姨妈期必备好物，还有很多宠粉福利哦！

#舒畅直播间卫生巾# 今日阅读5092 今日讨论0 详情>

实时 热门 视频 图片 +

相关推荐

都市报 16:44 来自 iPhone 客户端

未在荧幕面前活跃的明星舒畅再次回到公众视野的身份，是一名优秀带货主播。i”、孝庄秘史“董鄂妃”、魔幻手机的“偶像”的形象留在了很多观众心中，而现今全新的领域，她说，虽然身份发生了转变，认真努力的初心不会变，她... 全文

没有发展的明星归属就是卖货了吧 @ 当个勤快人

转发 1644 评论 1982 赞 4884

1310 53 209

+ 关注 和 30586 人一起讨论

数量	类型	账号	粉丝量	账号链接	是否走微任务	发布链接	阅读量/万	转发量	评论量	点赞量
1	千万粉账号	全球娱乐扒皮	1325W	weibo.com/u/28	是	820433194_profile	279	1646	1982	4884
2	600万粉+账号	热门快播	911W	weibo.com/2806	是	306852504_profile	327	1816	654	3230
3		娱圈师妹	642W	weibo.com/u/17	是	778150235_profile	242	2037	1084	2076
4		全球娱乐资讯报道	677W	weibo.com/u/38	是	860727500_profile	241	1563	912	2634
5		剧透娱乐	737W	/weibo.com/ms	是	856193544_profile	256	3168	1978	5811
6	300万粉+账号	清叫找CP管	658W	weibo.com/u/52	是	213695559_profile	305	2649	2997	4943
7		圈内外扒客	544W	weibo.com/u/37	是	760164817_profile	239	1288	204	490
8		私家娱侦探	540W	weibo.com/u/31	是	130468483_profile	240	1234	192	539
9		娱乐圈搬运	548W	weibo.com/u/37	是	758553493_profile	248	1248	208	535
10		圈内零零发	554W	weibo.com/u/37	是	759694847_profile	254	1182	422	531
11		娱乐狙击点	567W	weibo.com/u/37	是	738126535_profile	221	1289	50	233
12	100万粉+账号	娱乐八卦资讯	185W	weibo.com/5710	是	710671617_profile	124	1143	148	474
13		综艺八卦姐	183W	weibo.com/5711	是	711190708_profile	115	1260	230	471
14		娱乐扒客	181W	weibo.com/5964	是	64578809_profile	125	1327	152	460
15		圈内扒客	179W	weibo.com/5710	是	710727940_profile	119	1149	150	476
16		娱乐圈安利圈	173W	weibo.com/5711	是	711508219_profile	115	1141	140	472
17		星闻情报站	171W	weibo.com/1593	是	93960480_profile	105	1510	159	659
18		娱乐头条焦点	171W	weibo.com/2833	是	833675721_profile	129	1521	123	709
19		八卦娱乐头条情报	159W	weibo.com/3985	是	985470692_profile	125	1516	257	1026
20		娱乐毒舌番	156W	weibo.com/2788	是	786872463_profile	132	1551	146	714
21		电影扒客	144W	weibo.com/5710	是	710733107_profile	106	1145	138	471
22	200W粉+账号	星闻趣事	209W	weibo.com/2857	是	http://weibo.com	108	474	215	579
23		娱乐创意视频	238W	weibo.com/1870	是	http://weibo.com	120	493	265	631
24		掌上娱乐	201W	weibo.com/5722	是	http://weibo.com	116	412	120	467
25		新片点评	200W	weibo.com/1528	是	http://weibo.com	158	540	276	607
26		挖星匠	232W	weibo.com/1950	是	http://weibo.com	147	550	225	670
27		今日热点头条	210W	weibo.com/6604	是	http://weibo.com	139	514	134	807
28		今日热点推荐	209W	weibo.com/3108	是	http://weibo.com	144	411	242	685
29		热门精选娱乐	275W	weibo.com/u/39	是	http://weibo.com	163	321	213	466
30		娱乐八卦区	202W	weibo.com/1654	是	https://weibo.co	137	208	138	315
31		综艺微博	261W	weibo.com/u/18	是	http://weibo.com	122	514	273	621
总计							5401	36820	14427	37686
总互动									88933	

项目成果一

- 一、种草短视频版块为抖音新锐电商活动贡献**1,203w次**曝光，为品牌积累**862,096位**短视频人群；
- 二、成功打出新品软软超高腰在安睡裤品类中“**高腰更护腹，拥有舒适经期**”的差异化认知；
- 三、短期内同时实现**品类词“安睡裤”、品牌词的搜索关键词前10占位**，为品牌带来持续性搜索声量。

活动曝光

种草短视频播放量
1,203w+次*

微博话题曝光
1.3亿

内容精准触达目标群体
微博热点话题引起广泛讨论

人群资产

巨量云图短视频人群增长
862,096人

对比活动前提升
52.51%

有效帮助扩大5A人群池，
促进人群向A3/A4/A5流转

品牌认知

购物车点击率高达
4.03%**

站内带动品牌词搜索环比增长
210.9%

内容充分突出在卫生巾品类里的差异化优势，
并有丰富的画面演绎

*因6月也核心助力了7月新锐活动，此数据为6月和7月达人的总播放量

**个护行业基准1.8%，数据来自飞书《优质短视频的数据秘籍》

项目成果二

一、抖音直播版块

霸榜抖音个护品类店铺榜、抖音个护行业品牌榜双TOP1

商品曝光达7914w+、GMV达942.5w，整体GMV达成率188.4%，整体GMV达成率188.4%

二、站外传播版块

#舒畅直播间卫生巾 微博话题阅读达1.3亿，讨论4.2万次

和贵司合作这次抖音电商新锐发布campaign是非常愉快的。

一方面，在创意方案、内容把控和执行细节上都看到了贵司作为兴趣电商整合营销公司的优势，具备用户思维，且能够将品牌调性、产品核心卖点和用户痛点、需求点做充分的融合，真正打动了消费者，这一点在巨量算数上用户对品牌搜索热度的明显上升可见；另一方面，新媒体行业趋势日新月异，变化非常之快，但贵司团队始终能抓住行业风口，给到品牌方有效的策略建议、高效靠谱的执行服务。这次项目在品牌声量、销量上都获得了双丰收，期待未来能有更深入的合作。

——纳可诺科技（厦门）有限公司品牌部 软风研究社CMO 郭宇杭