

# 从0实现海信激光电视的 小红书霸屏占位

- ◆ **品牌名称:** 海信激光电视
- ◆ **所属行业:** 家电家居
- ◆ **执行时间:** 2022.04.01-07.01
- ◆ **参选类别:** 场景营销类



## 品牌营销的背景和初衷是什么？

激光电视问世已久，海信针对消费者家居升级需求  
致力于科技创新，提升用户生活品质，幸福亿万家庭

## 最终想实现怎样的目标？

通过本次投放小红书产出爆文&优化口碑  
实现海信激光电视知名度的全面增长

## 目前面临的挑战和困境是什么？

- ① 市场认知低→如何打造小红书的用户认知？
- ② 有负面舆情→如何打造小红书的用户认可？
- ③ 产品价格高→如何打造小红书的用户认购？

TA是  
健康守护家



TA需要  
守护家人健康，注重健康功能



我们有  
四大原生护眼科技  
守护全家健康观影

TA是  
骨灰级玩家



TA需要  
享受游戏体验，追求感官盛宴



我们有  
自研创视光学引擎  
掌握激光核心技术

TA是  
简约艺术家



TA需要  
崇尚简约个性，追求艺术家居



我们有  
薄如画框无缝壁挂  
客厅变成艺术画廊

## 小红书的家居人群期待更高的生活品质与装修格调

趋势一

“生活方式造就生活品质”

小红书家居内容用户收入高品位高，对于家有自己的个性需求  
从家电家装到生活细节，他们都能很好的打理经营  
形成自身喜欢的生活方式，全方位提升自己的生活品质



人群所向

从有个性高品质的内容中  
找到属于自己的生活方式

趋势二

“装修灵感赋予人群决策”

众多用户在小红书家居内容中找到了装修灵感  
并且对于客厅装修有着自己独特的想法  
在自我个性和对他人装修的认同中消费者有了更多的决策力



人群所向

从千人千面的装修风格中  
找到属于自己的灵感决策

# 消费升级 = 观念升级

消费者逐步挑剔的追求品质生活

消费水平  
持续攀升

消费心理  
逐渐转变

品质要求  
不断增加

针对以上面对的挑战、人群和趋势，海信激光电视的应对方法是？

## 打造风格

个性鲜明引起吸睛曝光  
引发目标人群持续种草

# 流量



## 沉浸场景

多元场景触发人群认可  
绑定产品在场景的联想

# 能量



## 解决痛点

讲解装修缩短购买决策  
从路径上拦截用户心智

# 销量



# 造就理念

小红书

价值理念

客厅的未来趋势品

科技理念

迭代科技电视3.0



# Hisense, 做真实世界的倒影

推广阶段	蓄水种草期 4月	大促引爆期 5月到6月
重要节点		★ 618大促
阶段目标	产品入局, 强势曝光	借势节点, 引爆转化
预算分配	内容侧占80%, 商业侧占20% (竞价广告12%+搜索广告8%)	
传播思路	聚焦品牌新品关键词, 体现产品画质、健康、性价比上的全面越级, 多场景对位人群痛点, 引发用户共鸣	聚焦 <b>品牌真实口碑</b> 传递, 借势618大促, 营造爆款热销氛围, 结合大促营销活动同步推广
推广规划	种草方向	以 <b>专业科普</b> 指导向内容, 传播产品差异卖点, 形成新认知, 布局分层式达人内容, 获取垂类泛类粉丝曝光
	内容示意	借助极米2w左右的价格性能对应几乎无差的海信1w价格以及0有害蓝光点, 覆盖用户认知, 提升产品影响力
		结合大促家装需求, 通过 <b>场景沟通、产品测评</b> 进行深度种草, 满足用户需求, 积累产品口碑
		多类型kol <b>多场景</b> 种草, 触达消费痛点, 合节点活动, 分享场景需求清单, 打造场景剧情, 助力销售引流

# 优选小竞争高热度词条精准种草用户，实现搜索心智拦截





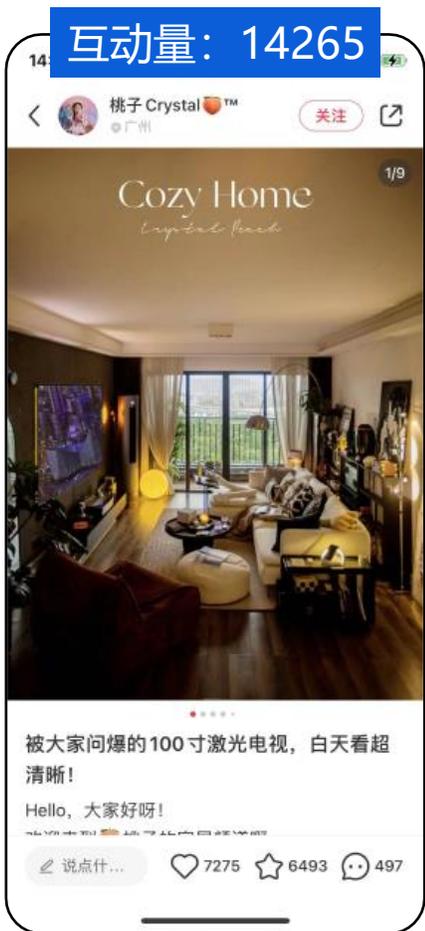
# 回击恶评，优化笔记舆情方向 护航从种草到详情引导的心智链路



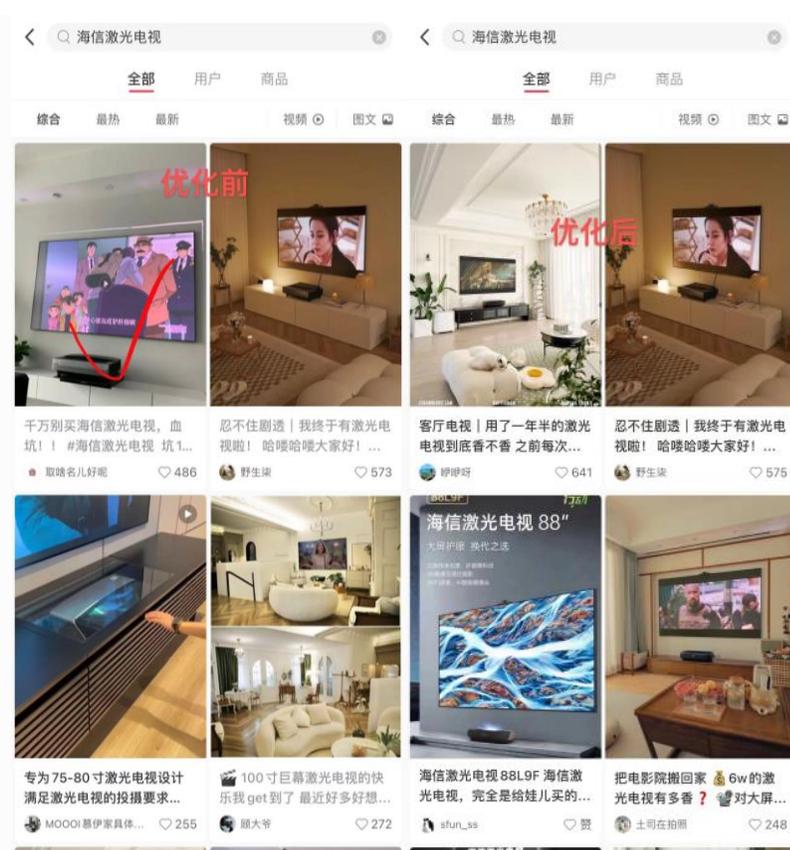
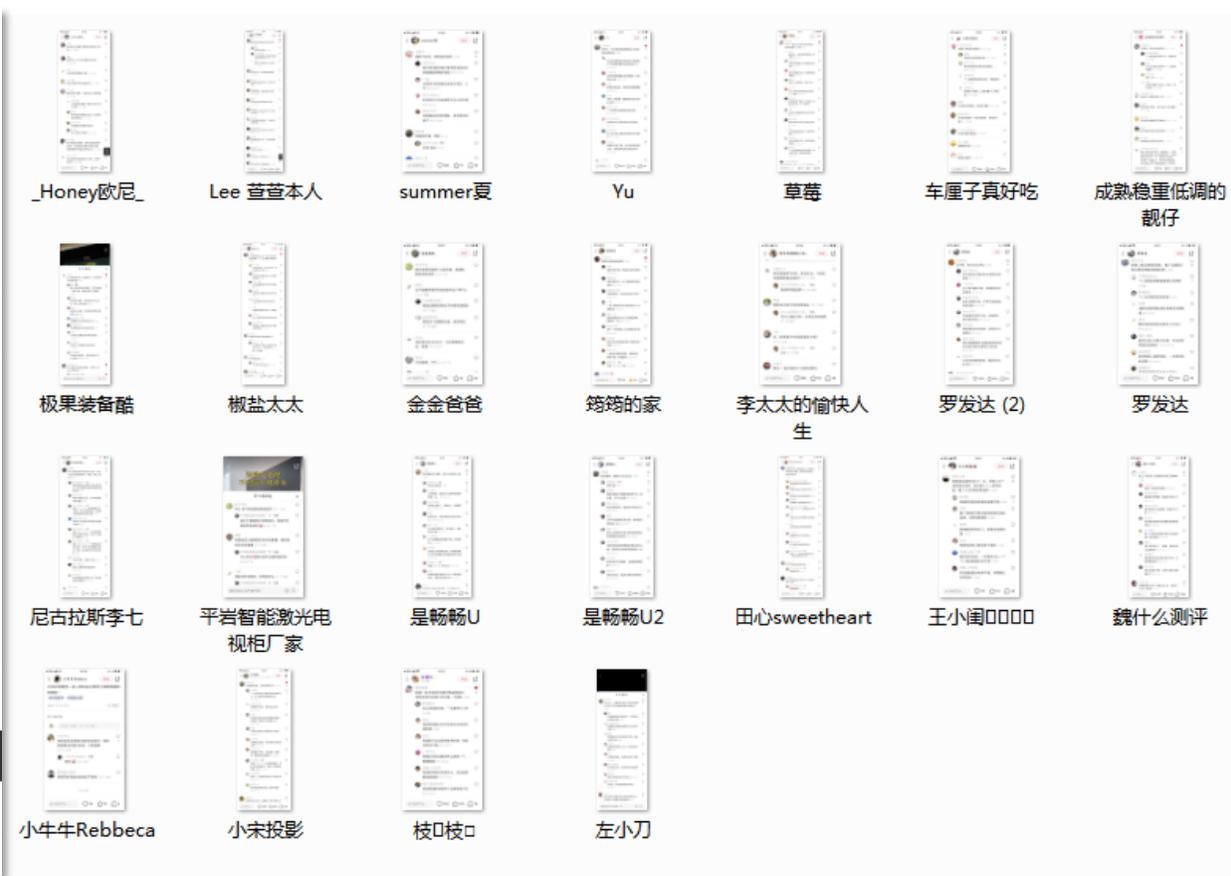
- yyds 明基的产品也是很值得信赖，海信也相当不错 昨天 00:16
- 一诺千金 想要买电视也要去网上搜索一下，看看明基 昨天 02:06
- 领略人生的美 明基和海信的电视对比，我还是想要选择海信 昨天 03:55



# 聚焦口碑，传递产品价值 结合大促活动进行引流推广



# 完成两次重大品牌级负面笔记下沉/掉录 近30篇笔记评论维护，让舆情迅速回归中立和正面状态



## 科学选择影响细分人群的意见领袖，进行**精准传播**



# 投放期间实现在小红书品牌的海信霸屏式占位成绩

# 霸屏

# 品类

# 前排



品类关键词前排占位效果截图展示

在使用85%投放费用的条件下  
达标并超额完成所有预期KPI考核

158.8%

曝光量达成率

原定曝光量: 1700w

实际曝光量: 2700w

136%

互动量达成率

原定互动量: 13.6w

实际互动量: 18.5w

175.9%

阅读量达成率

原定阅读量: 170w

实际阅读量: 299w

305%

爆文率达成率

原定爆文率: 20%

实际爆文率: 61%

