



Top
Mobile
Awards

探索君乐宝全年淘内流量引爆新攻略

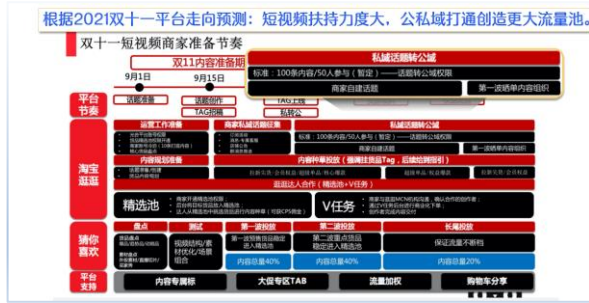
- ◆ **品牌名称:** 君乐宝
- ◆ **所属行业:** 母婴
- ◆ **执行时间:** 2021.11-2022.08
- ◆ **参选类别:** 母婴类

迎合双十一
母婴行业营销契机

竞品站内已率先发声
定制声量根植的战略布局

借势站内平台
多场景种草

引导人群进店
产品流量转销



岁末年初——产品销售旺季，
竞品站内率先布局已抢占声量，君宝乐婴童奶粉线如何

抢渠道+做内容？

君宝乐婴童奶粉线

如何应势提升用户对品牌的感知和认可?

迎难而上
声量突围

碎片化全民种草

强势借力
品类突围

站内品类占据

助力传播
拉新进店

聚合式流量转销

寻找兼具声量种草、品类占据、拉新进店的“势”

重口碑 信专业 看品牌
关注**成分配方 功能实效**的人

细分标签

“鸡血”宝妈

专业品牌

高端育儿

“管家”宝妈

超级配方

成分细节

“佛系”宝妈

宝宝健康

意见领袖

“成长”宝妈

权威推荐

干货学习



组货策略：以三重合力协助品牌全线越级

乐铂 至臻 恬适

抢占流量池的爆品
全面助推**转化**

深耕

乐纯 优萃 乐星

实力不俗的潜力品
集中破阵**突围**

打爆

乐臻 至臻A2

特征显著的延伸品
协同圈层**占领**

拓展

场景策略 强化场景输出 从功能到场景全面展示君乐宝

| | | | | |
|------|--|--|---|---|
| 标签 | “鸡血”妈妈 | “管家”妈妈 | “佛系”妈妈 | “成长”妈妈 |
| 特征 | 高要求的精英体质 品质党一族 | 重功效的务实体质 成分党一族 | 爱种草的社交体质 尝新派一族 | 擅学习的成长体质 忠诚派一族 |
| 关键词 | #品牌背书 | #成分研究 | #宝妈日常 | #育儿攻略 |
| 内容定位 | <p>大牌背书</p> <p>内容示例:</p> <ul style="list-style-type: none"> 拯救你的品质生活, 带娃也能高品质-君乐宝国货之光 君乐宝-高端配方奶粉, 让宝宝智慧先人一步 | <p>成分渗透-测评科普</p> <p>内容示例:</p> <ul style="list-style-type: none"> 三十三位辣妈的带娃的绝学: 这些成分你一定要懂 高端配方奶粉中的A2成分到底具有什么样的效果 | <p>多元消费种草-推荐</p> <p>内容示例:</p> <ul style="list-style-type: none"> 聪明宝妈放心选 奶粉秘籍大公开 0-3岁孩子吸收不好可能是这个原因 | <p>权威背书-攻略类</p> <p>内容示例:</p> <ul style="list-style-type: none"> 母婴育儿专家也在推荐的奶粉 明星妈妈推荐/宝贝成长攻略 国家高级营养师: 孩子消化不良总吐奶可能是这个原因 |

CORE IDEA

结合君乐宝产品配方/成分/奶源/实效的优质特性
我们向目标消费群体传达：

万千中国妈妈追求的高能营养
国货之光君乐宝，只为“乐享成长”

高级配方

优质奶源

超级成分

专注实效

高能营养，乐享成长

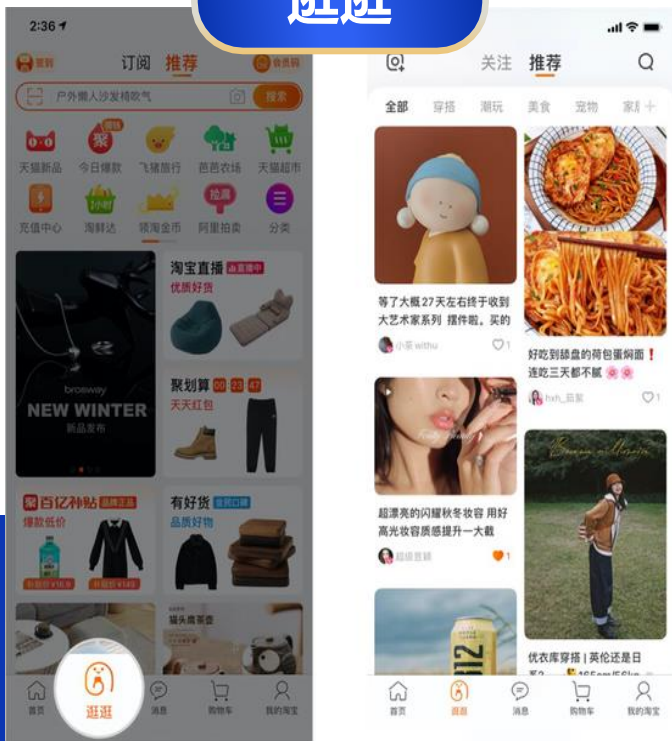
| 时间 | 2021.11.1-2022.1.1 | | 2022.2.1-2022.4.30 | | | 2022.5.1-2022.7.31 | | | 2022.8.1-2022.10.31 | | |
|------|--|--|---|---------------------|----------------|--|---------------------|-------------------|--|----------------------|--|
| 电商节点 | 1.2-1.12 双11 双12 | | 3.3-3.8 女王节 | 4.18-4.20 超级大牌狂欢 | 5.3-5.8 母亲节 | 5.19-5.25 进口狂欢周 | 6.1-6.19 618年中大促 | 8.1-8.10 全球狂欢节 | 9.12 辣妈囤货季 | 10.3-10.5 中秋节 国庆节 | |
| 主题 | 高能营养，为爱而生 | | 高能母爱，守护新生 | | | 高能营养，只为最好 | | | 高能礼遇，乐享成长 | | |
| 目的 | 大促冲销量 | | 声量抢先机 | | | 圈层扩市场 | | | 口碑强渗透 | | |
| 主打方向 | 全能营养 | | 科学配方 | | | 超级成分 | | | 专注实效 | | |
| 推广策略 | 多角度多版块推广，全面覆盖目标人群，集中资源冲击年终销售 活动：U先试用活动上线，精量尝鲜，体验分享，素人广泛参与 | | 从裂变收割（互动活动）→精准收割（垂直投放）打造海量内容收割矩阵 活动：官方发起逛逛话题，百位母婴达人+素人，结合热点、痛点等内容话题，输出#高能养娃#概念 | | | 与母婴达人、专家、以及各母婴素人合作，根据细分人群标签，进行专业内容输出，触及目标用户并提供产品背书，同步结合618节点引流销售 | | | 1、找寻前几季度使用产品的达人&素人，以使用感受的方式推荐产品，口碑延续 2、包装前三季素材，结合产品专研骨骼、吸收、智力等技术，使用更多垂直达人联合推荐产品 | | |
| 种草渠道 | 逛逛、猜你喜欢、亲宝贝、订阅号 | | | | | | | | | | |
| 转化渠道 | 多元有好货、大咖点评 | | | | | | | | | | |

2021.11.1-2022.1.31

内容侧重：清单类 20% | 推荐类 30%

配合输出：干货类 5% | 攻略类 10% | 评测类 5% | 痛点类 10% | 场景类 10% | 体验类 10%

逛逛



有好货



大咖点评



口碑推荐+产品卖点为内容输出方向，种草更多人群

- 大促：自从双十一买了君乐宝婴幼儿奶粉后
- 日常：宝宝不爱喝奶粉，一个小妙招就能搞定

节点好物+效果推荐为内容输出方向，提升引流转化

- 大促：抢年终盛典必买高端配方婴幼儿奶粉
- 日常：收好这份转奶攻略，好奶粉才能对宝宝的营养提升神助攻

大咖站位证言产品品质，以消费者角度体验测评产品

- 大促：我家宝贝的奶粉日记，君乐宝值不值得买？
- 日常：宝妈安心又省心，还得从宝宝的奶粉入手

2021.11.1-2022.1.31: 互动话题

U先试用活动：官方发起#0元U先试用君乐宝#



 **订阅** 

君乐宝逛逛、订阅发起U先活动，征集试用报告发布到逛逛



试用报告分享，种草-图片/视频，积累产品口碑



 **订阅**

高互动笔记，官号二次传播至订阅号，提升企业账号活跃度

2022.2.1-2022.4.30

内容侧重：攻略类 30% | 评测类 20%

配合输出：痛点类 10% | 场景类 10% | 体验类 10% | 清单类 10% | 好物推荐类 10%

逛逛



亲宝贝



有好货



口播视频为主要输出形式，结合场景输出干货内容

- 大促：奶粉大合集|最高配的婴儿奶粉段位一览
- 日常：提升智力和免疫力的奶粉究竟好在哪儿

攻略干货类内容进行品牌背书，提升品牌认知度

- 大促：宝贝转奶奶粉挑了很久，最好的是这款
- 日常：【宝妈小课堂】你不知道的奶粉小秘密

功能卖点+知识点为内容输出方向，提升用户认知

- 大促：新手妈妈看过来：一分钟教你看懂成分表！
- 日常：宝宝断奶后，奶粉挑选的黄金法则

2021.11.1-2022.1.31: 互动话题

逛逛营销配合：官方申领话题#高能养娃论#

百位母婴达人+素人同时发声 “高能养娃”

“宝贝转奶问题解决” “宝贝智力提升” “奶粉配方拆解”

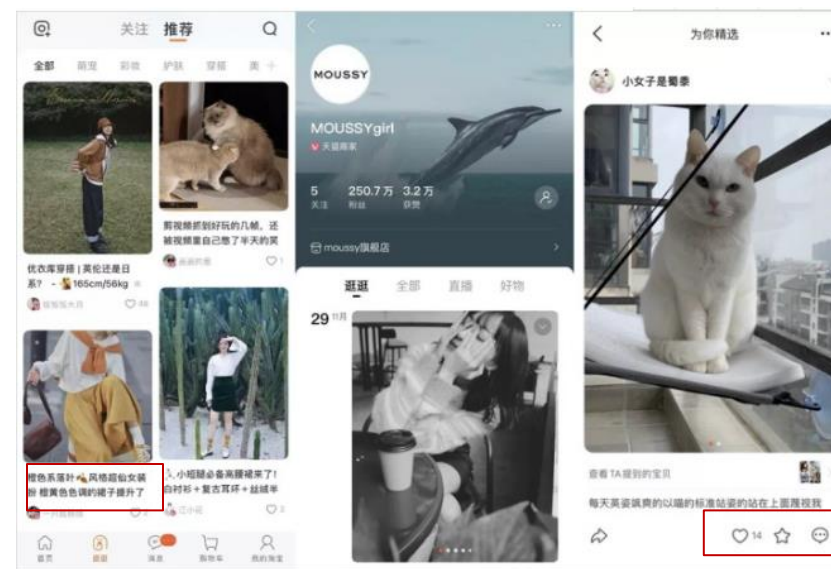


大数据精选强传播力/影响力高
流量达人+中小达人

高流量达人强势种草
直观展现产品优势特点

中小达人配合扩大声量
带上相关产品话题，提升曝光率

多形式线上引流（页面按钮引导+
购买链接植入+购买路径引导），
为君乐宝品牌店铺引流拓新



逛逛内容示意

逛逛素人铺量，抢占声量阵地

2022.5.1-2022.7.31

内容侧重：场景类 30% | 科普类 20% | 清单类 10%
配合输出：推荐类 10% | 攻略类 5% | 评测类 10% | 体验类 15%

猜你喜欢



逛逛



场景化+清单+功能点安利为好物推荐关键词

- 大促：十款助力儿童健康成长的高配方奶粉
- 日常：聪明主妇放心选好奶粉，秘籍公开

场景具象化，代入目标人群的使用场景，引发购买欲

- 大促：618必囤母婴好物，这个清单不能错过
- 日常：带着宝宝出去旅游，有它在轻松get辣妈秘籍

声量传播效果

内容投放总曝光量超

1,192w

KPI较预期完成率超

64.51%

引流拉新

店铺引导用户进店

83.2w+

KPI较预期完成率超

60.01%

GMV达成

项目周期内GMV达成

40w+