

# 作业帮喵喵机小红书生态霸屏之路

- ◆ **品牌名称:** 作业帮喵喵机
- ◆ **所属行业:** 学习
- ◆ **执行时间:** 2022.05.25-07.10
- ◆ **参选类别:** 新消费品牌营销类

## 业务线延伸 破圈探索刷新双减之后品牌学习用品全新认知

Project Objectives

品类 教育

加速布局作业帮=行业领先学习用品新认知

用户 教育

加固消费者对喵喵机=错题打印机代言词认知

声量 教育

抢占错题打印机Top级声势&印象



难点①

## 品牌形象固化

作业帮不是学习辅导平台吗？卖学习产品还是第一次听说

难点②

## 竞品投放内卷

随着双减政策的推行，教育行业皆积极转型加剧内卷投放

新品声量急需提高！  
抢占用户心智迫在眉睫！





面对当前投放难点  
喵喵机如何在小红书实现破圈突围

阅行业

察产品

观人群

于察“言”观“色”中  
洞悉作业帮喵喵机新品传播风向！

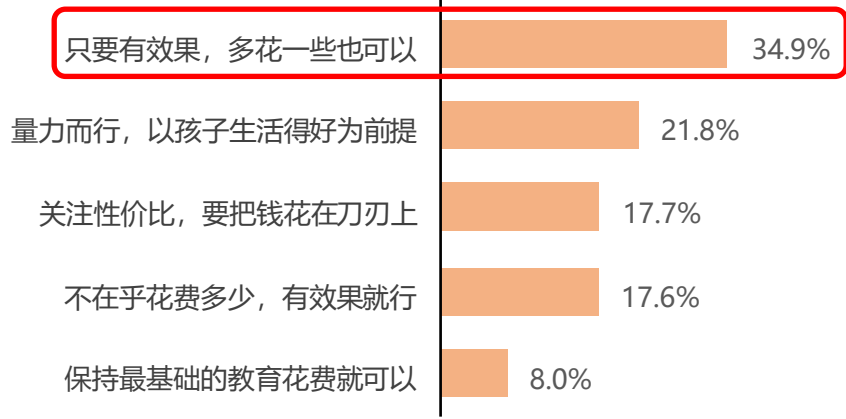


# 预算不设限：家长乐意为孩子教育消费买单 数学辅导是道鸿沟，TA们都想要一个会自学的孩子 父母们的崩溃，往往只需要一道题

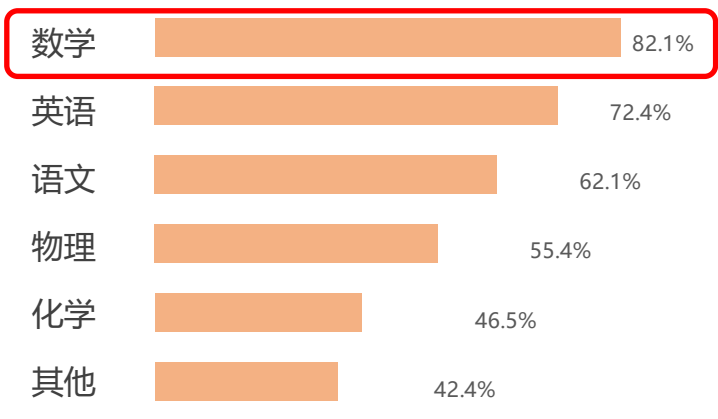
讲3遍了还不会  
隔壁小明都自学完了

什么时候辅导孩子  
才能让自己省省心

## 家长乐意为孩子教育消费买单



## 让父母们头疼的辅导科目排行



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制；样本：N=1000；于2021年8-9月通过网络调研获得

# 学习辅导技术担当 学习桌面颜值担当

- 错题自整理，按需打印
- 5.4亿大题库，随学随印
- 超高颜值，增色学习桌面
- 远程后台反馈，实时了解进度



喵喵机错题打印机



喵喵机打印机F2S

## 随时随地，随身打印 升级换代，全能打印

- 小巧不插电，无需换墨盒
- 5.4亿大题库，手机一键打印
- 升级2.0版本，试卷错题都能打
- 一键消除笔记，还原全新试卷



高学历收入31-40岁宝妈消费为主，热衷网购平台了解产品  
深度还原辅导孩子场景，引发高学历&收入31-40宝妈共鸣

### 高知妈妈

TA们自身学识颇丰  
希望孩子像自己一样爱学习  
更在意产品的品牌力和引导力

### 品牌认同

“ 学习就用作业帮  
孩子家长都知道 ”

### 白领妈妈

TA们工作繁忙加班不停  
辅导孩子总差点时间  
迫切需要便捷的好学习工具

### 情感认同

“ 每一个解决难题的时刻  
作业帮都在帮我陪着 ”

### 全职妈妈

TA们全身心扑在带娃  
奈何学习问题总有力不足  
依赖更专业的工具帮助

### 价值认同

“ 十余年5.4亿专业题库  
当然信任作业帮 ”

So, 当前作业帮核心要解决的问题在于:

错题打印机  
爆款种草

+

品牌学习用品  
认知培养

以爆款打造带动品牌整体认知  
为用户刷新对作业帮的学习用品认知





打造喵喵机爆文  
五维合力



# 锁定学习笔2.0升级功能&使用场景种草，以卖点创爆点

K12作业神器

错题打印机代名词

小学霸养成机

爆点①

## Top产品力 - 错题打印机代名词

- 认知强化 喵喵机=错题打印机代名词
- 习惯培育 K12宝妈宝爸萌娃作业必备
- 场景链接 辅导作业&错题整理

爆点②

## 出圈品牌力 - 作业帮题库就是全

- 热词植入 精准跟随小红书热点方向
- 功能植入 放大产品核心优势卖点
- 口碑植入 内容&评论面面俱夸

## 为捕捉精准流量，根据用户搜索行为反馈制定关键词策略 优选词条覆盖全阶段种草用户，实现搜索心智拦截

用户种草阶段

搜索行为

搜索策略

潜在消费者

对比消费者

目标消费者

核心消费者

【场景词】

作业辅导、错题整理

【竞品词】

印先森、咕咕机

【品类、功效词】

错题打印机、打印错题

【品牌产品词】

喵喵机、错题机

种草教育+精准细分

品牌产品词

+

低竞争长尾词深度种草

低成本引流，低竞争环境，  
多角度沟通

+

大流量核心词

抢占行业用户心智，高竞争强度，  
高成本抢占高位

全面覆盖不同类型消费者

## 从产品卖点种草 用户痛点共鸣 到口碑种草 实现人群【认知-兴趣-购买-用户】的转化链路闭环

阶段	Phase 1 声量蓄水期	Phase 2 心智种草期	Phase Three 转化收割期
目标	初步培养用户 对作业帮学习用品认知	一边陪家长们诉苦 一边为产品种草心智	乖孩子的分享秀引爆关注 真实使用体验营造口碑促转化
卖点	作业帮喵喵机 帮助孩子实现自信、自觉、自主		
内容方向	由孩子代言的 新品上市见面会	一场关于辅导孩子的 诉苦大会	有个别人家孩子的 体验秀
类型	开学礼物 亲子日常 产品测评	生活分享 好物推荐	育儿经验 口碑分享

母婴亲子

书桌手账

数码测评

学习vlog

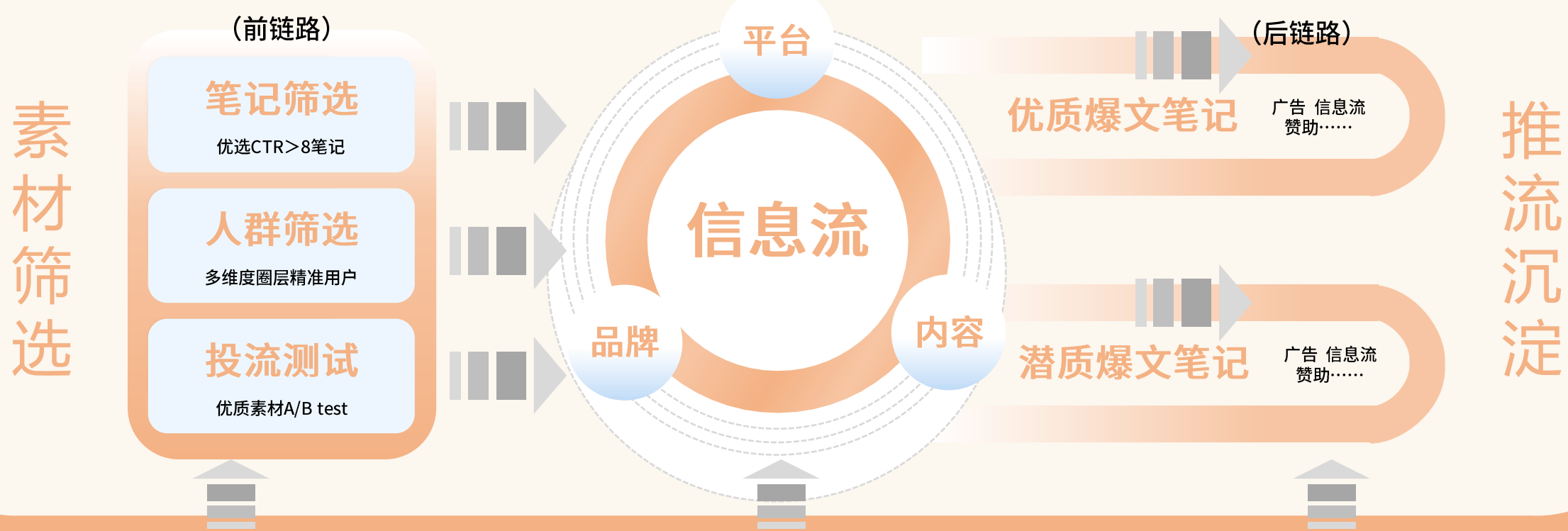
达人粉丝画像：二线城市以上31-40岁宝妈为主，小孩处于小中高阶段

精选垂类优质达人担任

# 小学霸养成机种草官

以调性适配内容，引爆新品声势打造喵喵机新品爆款

# 阶段性布局品牌投流，打造极致曝光用户磁场



## 测试阶段

- 3种以上不同方向内容测试筛选最优解
- 联动品牌报备广告产出优质投流内容

## 爆发阶段

- 每周1-2篇CTR > 8笔记搭配潜质笔记投流
- 保证用户能首先关注到品牌大促营销内容

## 长尾阶段

- 爆款笔记每周进行少量投流维持热度&高位
- 持续投流优化有潜在爆文基因的笔记

## 关键词下拉栏 & 二级菜单栏优化占位 初步达成作业帮学习用品认知建立



深耕辅导孩子过程中  
多种有情绪易共鸣场景  
产出多篇3w+大爆文  
占据【错题打印机】心智





## 多篇内容收获500+用户评论 周期内引爆粉丝关注促成喵喵机爆款



## 优质首图强关联目标投放词条，图片压字精准实现搜索拦截

投放周期：1个月

锚定投放词条为  
“喵喵机”  
“错题打印机”

定制素材



精选投流素材：

- 1、首图压字“喵喵机”“错题打印机”，图片压关键词，帮助用户快速辨识，从而引发点击
- 2、标题出现“作业帮”、“喵喵机”
- 3、较大比例在讲述作业打印机相关垂类内容，避免挂羊头卖狗肉
- 4、选择已有较高互动的笔记，增加可信度（互动 > 500）

打造引导孩子自主学习的四“自”真言，助力品牌达成认知种草



然  
信  
觉  
主

深耕喵喵机新品独家卖点  
定制自然真实的传播内容

对比竞品 & 品牌当前声势  
锚定可自信占位的关键词

围绕学习好习惯培养筛选  
孩子真会自觉学习的达人

精选潜质的爆款自主投流  
引发自主形成的爆款内容

# 项目最终效果：低价高效实现品牌新品传播曝光



## 项目最终效果：品类热词霸屏前排，喵喵机爆款初成

N篇1w+爆文占位品类热搜关键词前排实现投放周期霸屏效果

