

良品铺子天猫新品营销

- ◆ **品牌名称:** 良品铺子
- ◆ **所属行业:** 食品类
- ◆ **执行时间:** 2022.01.10-05.20
- ◆ **参选类别:** 电商营销类-内容营销

品牌营销的背景和初衷:

在平台大促和新品累计发布的时间, 推出新品二零空气蛋糕, 面对的是难点是流量短缺, 认知低。

最终想要实现目标:

通过电商渠道, 为新品二零空气蛋糕铺量投放推广从而得到曝光, 让产品快速预热及爆发,

“二零空气蛋糕” 关键词被用户熟悉

目前面临的挑战和困境:

提升产品的认知, 增加内容种草用户池, 加大流量入口。

策略与创意

营销主题：二零空气蛋糕，健康食用

针对新品，在内容形式上选择用种草短视频、种草图文形式，围绕良品铺子健康理念，新品首发、方便食用为卖点，进行内容输出，带动用户真实种草短视频分享推荐，引爆新品。垂直打爆天猫旗舰店，通过淘本站内、小红书、抖音等平台的大量兴趣用户的导入，从而达到商品种草转化。



内容执行投放到站内引流和小红书、抖音、优酷等各个平台的开屏广告和红人种草。

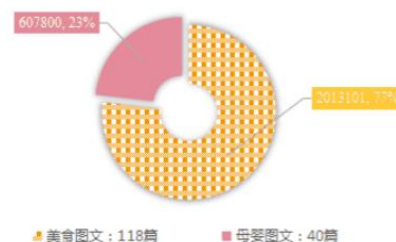
通过图文对比视频的曝光PV来看，视频比图文的传播曝光速度增长要快很多，图文是在第二周才开始爆发式增长。

分析1: 结合图文的发布时间（4.26-5.24）这个发布时间段，第二周数据增长时间在（5.14-5.20）、（6.2-6.9）这期间的平台流量增长最为显著。

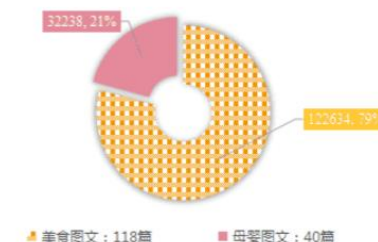
结合视频的发布时间（5.6-5.22），第一周爆发式增长，增长时间段在（5.14-5.27）、（6.2-6.9）这期间的平台流量增长最为显著。

分析2: 图文起量慢，持续增长快。视频起量快，持续性增长慢

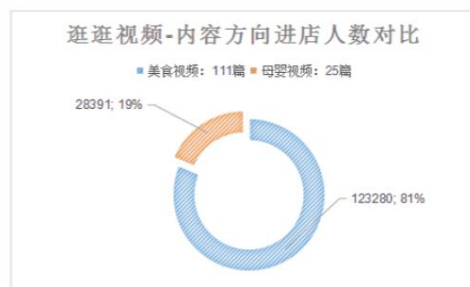
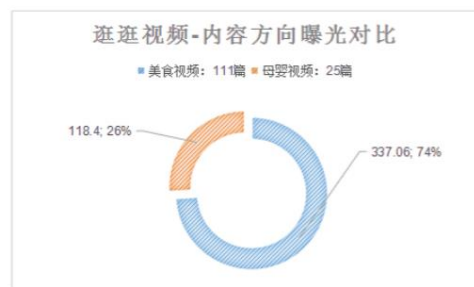
逛逛图文-内容方向PV对比



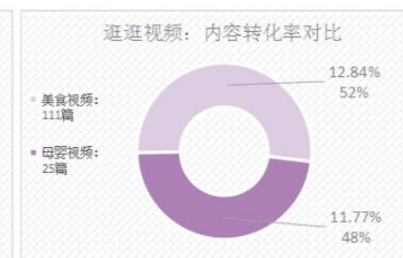
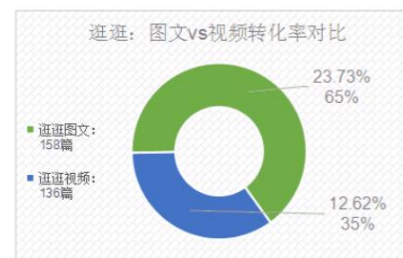
逛逛图文-内容方向进店人数对比



根据产品卖点，制定的图文内容方向、达人领域作出的数据区分对比，分析做美食内容方向、母婴方向，最终可以得出图文在内容上的差异性不大。



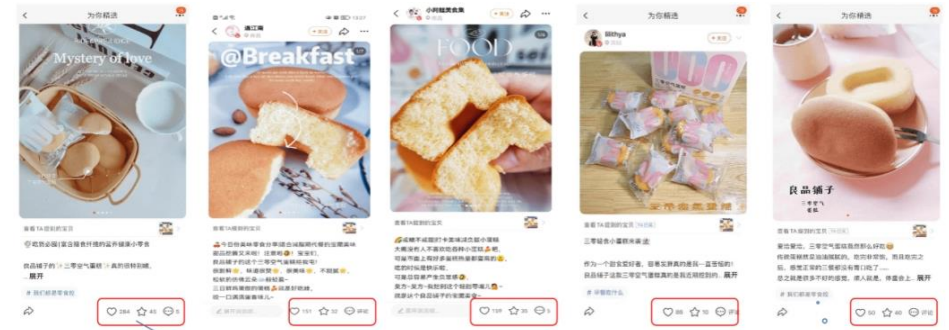
根据产品卖点，制定的逛逛短视频内容方向、达人领域作出的数据区分对比，分析做美食内容方向、母婴方向，最终可以得出短视频的母婴内容方向会比美食的内容方向有优势。



这次的投放中，图文跟视频整体的进店转化率对比来看，图文的转化率要比短视频高出一些。

- 分析1：会跟平台的一些流量扶持会有相关，在图文投放的第二周，平台有对图文创作内容进行流量扶持，前期来看图文的优势会大于短视频。
- 分析2：图文的美食内容转化高于母婴内容方向，后期内容上可侧重在美食分享。

PV曝光TOP5					进店人数TOP5					互动TOP5				
达人昵称	粉丝数	PV	发布时间	关键词总结	达人昵称	粉丝数	进店人数	发布时间	关键词总结	达人昵称	粉丝数	点赞数	发布时间	关键词总结
爱吃的小鸟1234	1.05w	10997	5月23日	早餐不知道吃什么?	爱吃的小鸟1234	1.4w	3897	5月23日	早餐来不及吃	杜子强	21w	32	5月27日	想减肥管不住嘴，颠覆对传统蛋糕的认知
懒人厨房美食	33.07w	87729	5月13日	害怕长胖也能放心吃	爱吃的小鸟1234	1.05w	10997	5月23日	可以做好久，松软好吃细腻	刘大壮	3.4w	27	5月1日	怕胖或不胖回去
董董优选	23.2w	66561	5月23日	好吃还不胖	董董优选	23.2w	6125	5月23日	日期新鲜，搭配一杯饮品	吃货DIY美食达人	27.14w	23	5月13日	高高一大概，适合减肥期吃
食色性y8	20.7w	56911	5月13日	轻食解冻不油腻	美味故事	23.1w	7002	5月13日	经常来不及吃早餐	四妹生活大全	20.42w	19	5月13日	学生党早起上课不吃早餐
Happy喜羊羊	35.16w	48680	5月13日	晚餐零食	食色性y8	20.7w	4665	5月13日	带几个当早餐吃	美趣吃货圈	6.3w	7	5月13日	控制饮食，避免忍不住嘴馋



提炼以上关键词：“早餐来不及吃、不知道吃什么、早餐怎么吃（搭配饮品）”、“嘴馋又想吃、

嘴馋想吃蛋糕怕胖、放心吃营养不胖”

后续短视频内容上还是以用户**痛点刺激**，快速进入产品介绍，多用**第一视角**去代入产品使用感受。

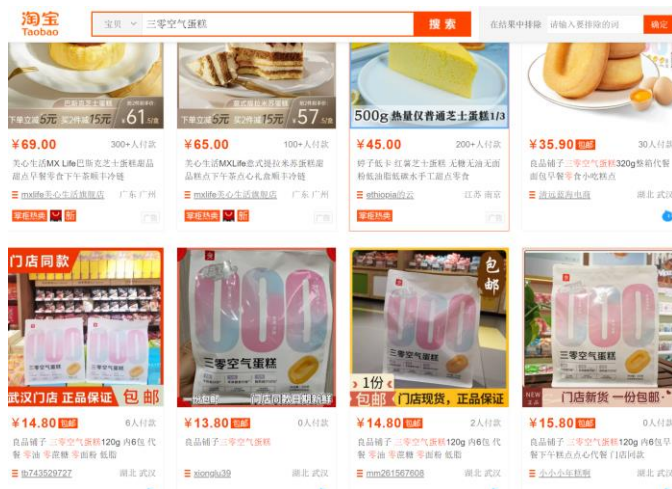


最后总结，

现在的电商内容更倾向于软文种草。内容方向上，更喜欢：新奇、好玩、高颜值、可爱、偏年轻化内容，要有看点，账号有人设。视频方面，从平台的用户分析，零食类产品，更适合试吃测评、美食教学之类的视频会更受用户青睐。其他内容形式上，比如，单品盘点/榜单/合集类视频也深受逛逛用户喜爱。

项目执行，总触达种草用户达到**5000多万**，目前内容还在持续发酵引导成交转化。

“三零空气蛋糕”被平台收录为关键词，成功引导各大平台用户对产品的认知。被多个分销商与用户加入货品标题行列，成为主流引流词汇。



淘宝电商



百度



淘宝逛逛



小红书