

「场景声宴」用声音唤醒肌肤

- ◆ **品牌名称**：溪木源
- ◆ **所属行业**：护肤
- ◆ **执行时间**：2021.11.03 – 2022.09
- ◆ **参选类别**：场景营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/u3313f0lbgt.html>

/营销背景/

1. 近年，中国美妆行业竞争愈发激烈，传统国货、国际大牌和新锐国货陷入混战，溪木源急需重要的拉新渠道，以获取大量精准用户。
2. 线上营销用户注意力分散，如何在众多护肤产品及促销方式下帮助消费者获悉最适合自己的护肤产品。
3. 智能音箱，渗透家庭场景，锁定核心用户，通过内容科普及语音交互加深消费者对溪木源品牌记忆，从而实现品牌的认知及认购。

溪木源
simpicare

PROYA
珀莱雅

CHANDO
自然堂

P&G

LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE
理 肤 泉

EAU THERMALE 雅
Avène 漾

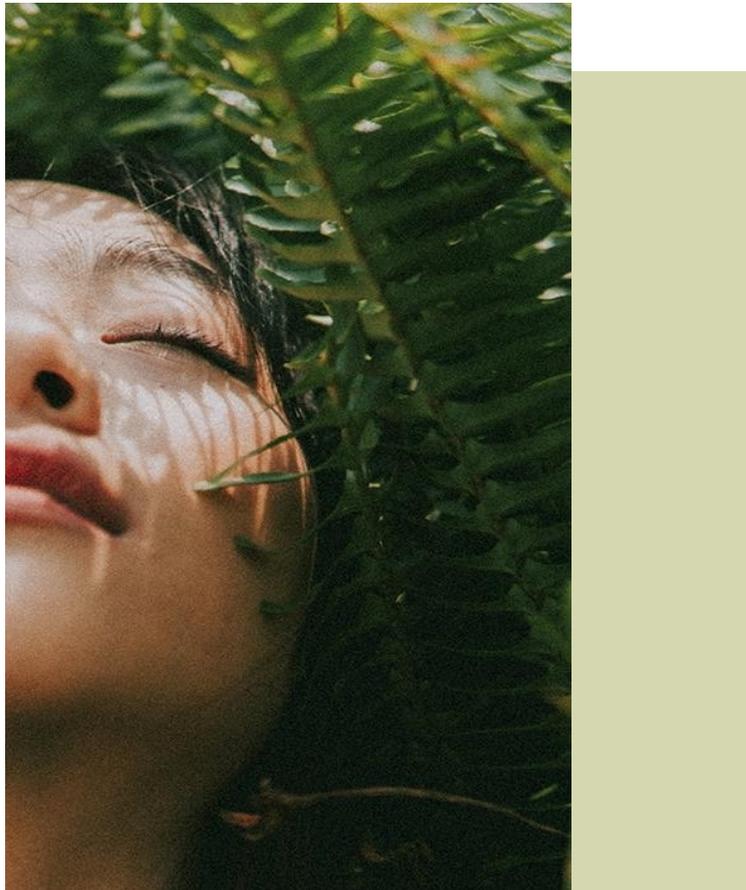
花西子
Florasis

Volga

FulQun 芙清

perfect diary
完美日记

BIOHYALUX®
润百颜®



/营销目标/

1. 智能音箱作为语音交互的重要入口之一，更了解消费者日常所需，帮助溪木源找到消费者护肤场景，结合护肤科普，激发消费者对品牌的正向联想，提高品牌认知度。
2. 帮助溪木源打破传统销售模式，借助智能音箱的AI语音交互打造沉浸式护肤营销，赋予所听即所买的购物新体验。



市场数据分析

IDC最新发布的报告显示

截止2022年Q1，中国智能音箱出货量

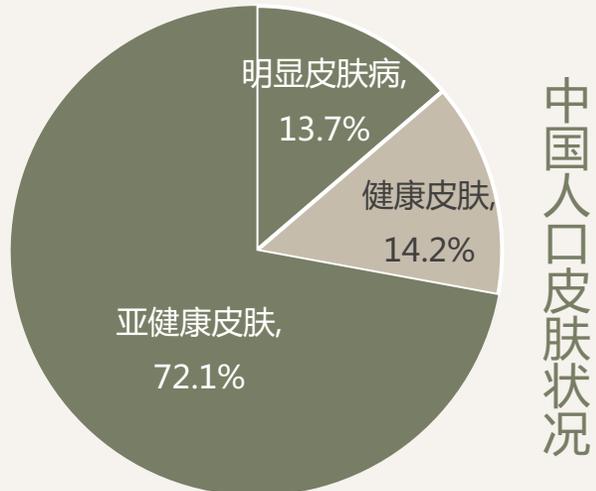
已突破**1.6亿**台，智能音箱正在进入千家万户。

智能音箱作为家庭场景重要入口之一，定位家庭，深入场景，将品牌与用户场景深度绑定，成为家庭营销的重要触点。

/市场洞察/



人群洞察



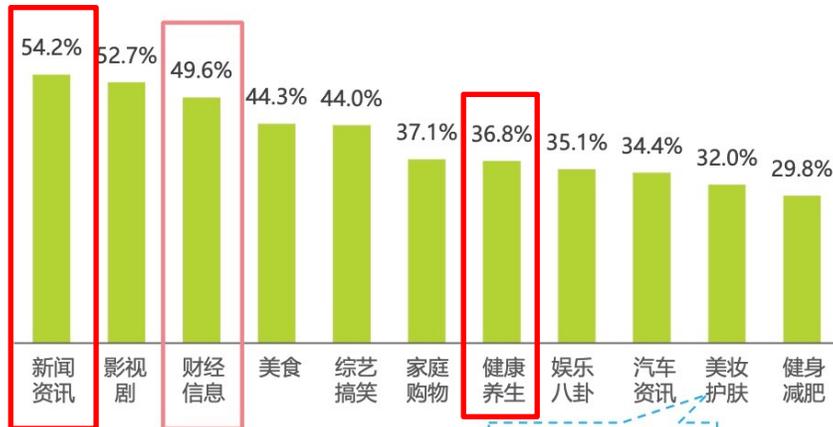
数据来源：2021年中国功效型护肤品行业研究报告

72.1% 亚健康皮肤

问题肌肤人群超七成，
敏感肌占比较高

32.0% 美妆护肤

中国职场白领信息浏览
内容偏好



95后白领
美妆护肤
TGI=120

数据来源：2021年中国白领人群消费报告

追求品质生活的城市白领

对敏感肌类护肤品有需求

接受智能科技产品与新事物的
拥趸者

营销洞察



01. 清晨

是一天中重要的护肤场景之一

02. 碎片化时间

护肤过程中，智能音箱多模交互让用户通过「看」、「听」、「说」、「触」来实现信息的获取。

03. 语音交互

智能音箱通过语音交互，让用户与品牌沟通更自然，实现更高的记忆度和转化效率。

营销策略

场景定制内容



结合早晨高频内容需求，天气、资讯等垂直场景触达，为溪木源提供品牌与用户的深度沟通

语音交互 | 创新营销



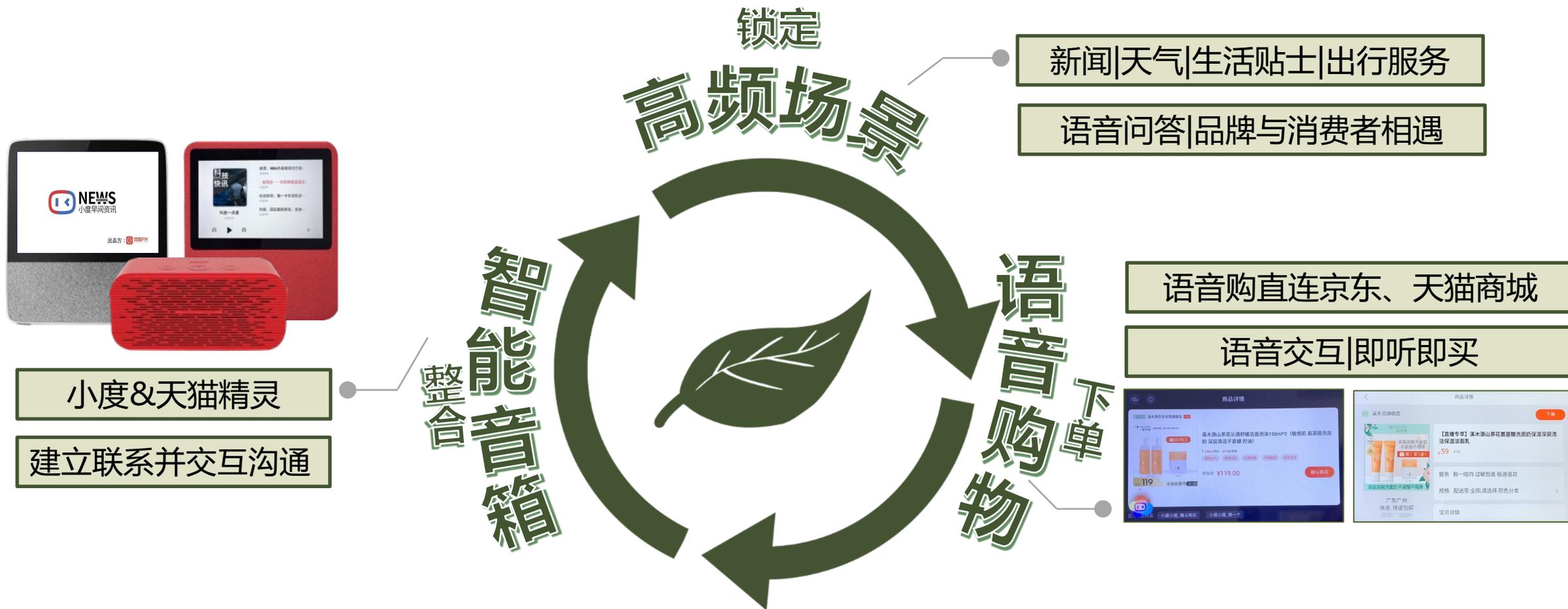
从护肤科普引导语音交互，直达购物，高效导流电商，完成闭环营销

关联场景 | 精准触达



将溪木源护肤知识与高关联度场景-天气场景打通，当用户询问天气后，护肤内容精准植入，提升品牌与场景的强关联

营销实施





创意执行

/清晨场景/

场景+内容+AI互动的共赢生态



早间资讯-【爆款好物】栏目

打造语音直达的智能交互链路，赋予品牌个性化沟通体验



场景

早间场景

唤醒词

天猫精灵，早上好

Query词

天猫精灵，我要买洗面奶

/ 日间场景 / 链路示意

对音箱说
早上好



01. 早安问候

定制早报中结合天气软性植入护肤内容，为消费者普及日常护肤知识

02. 内容定制 | 品牌种草

介绍溪木源产品信息及活动价格；引导用户对音箱说购买口令「我要买洗面奶」

03. 语音购

04. 确认订单 | 完成购买



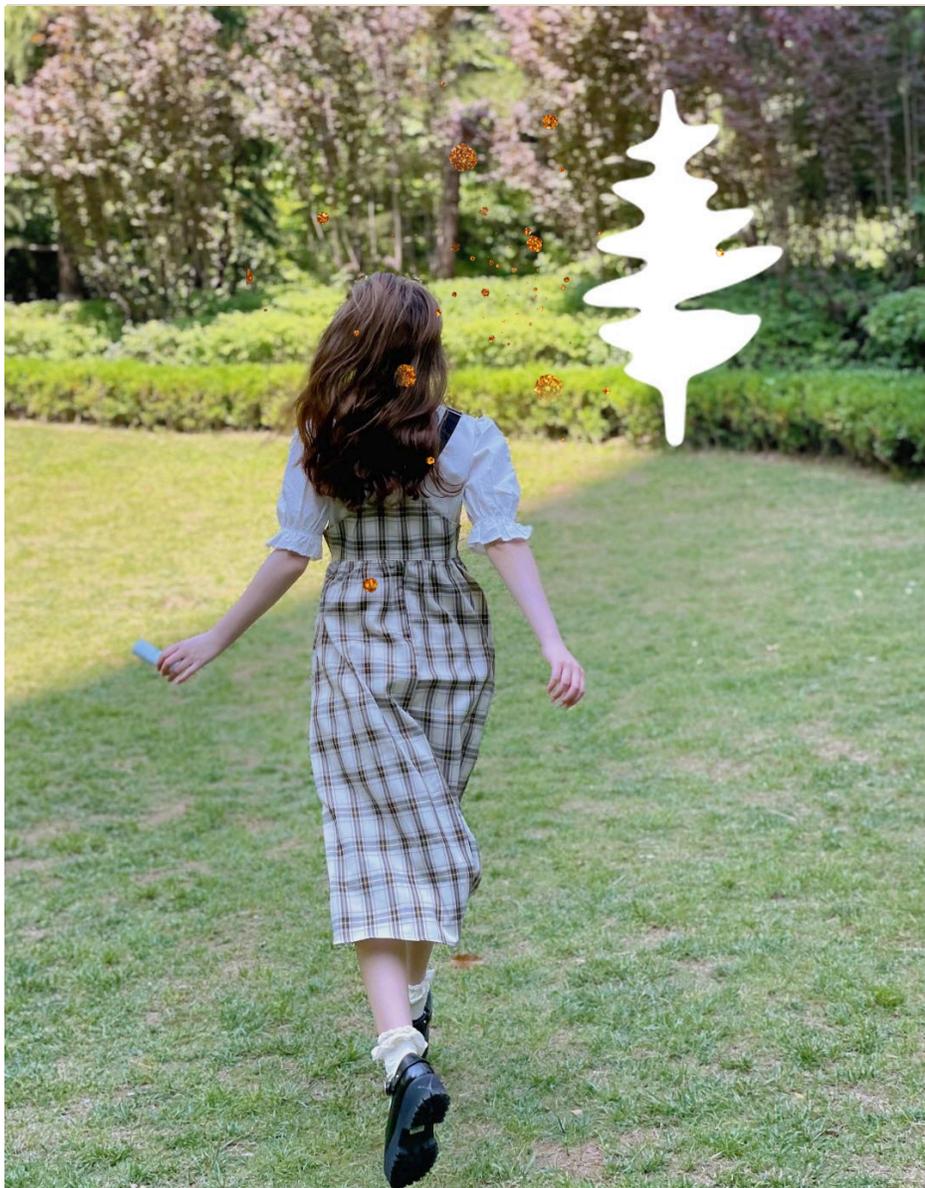
订单同步手机淘宝



支付成功



声纹免密支付



创意执行

/天气场景/

音箱天气提醒；默契传递品牌关怀



天气场景自然植入·语音购物缩短链路·品牌优质拉新渠道

天气场景激发护肤联想

唤醒气泡导流电商



天猫精灵，天气



天气入口，品牌贴心曝光



内容种草，语音交互



完成支付

天猫精灵，天气

天猫精灵，今天下雨吗

天猫精灵，明天天气怎么样

不同唤醒方式均可触达天气入口

品牌内容种草，激发消费联想

一键跳转品牌店铺，完成转化

创意执行

/问答场景/

屏保超级曝光，双屏互动，共创家庭语音知识库

场景口令引导关键词“脸部过敏怎么办”唤起语音百科从而引导溪木源内容植入及购买口令“我要买面膜”完成交易



创意语音问答

结合品牌产品卖点和用户需求，基于问答打造的内容营销方式

01. 语音类

带屏端音箱及标准音箱天气/收能量口令引导



02. 展示类 | APP端

首页Banner广告



03. 展示类 | 带屏端

天猫精灵带屏端超极屏保/发现页Banner



吸引用户主动参与同时提高品牌曝光率，加强消费者对产品认知，最后配合语音购产品实现转化，最终帮助溪木源实现品+效+销三合一的营销新范式。



创意执行

/资讯场景/

覆盖早中晚时段及细分人群



小度早期资讯场景

无缝链接家庭早期场景，为用户带来护肤新体验

早安问候·独家定制

智能交互·深耕需求

长效留存·深化影响



小度智能屏X溪木源
贴片定制品牌的早安问候
晨起语音唤醒必现曝光

小度小度，
早期资讯



小度智能屏X溪木源
摆脱传统点击，语音直达
完成购买，创新体验

抢占营销新入口 高效提升拉新与转化



/新渠道/

创新加入**AI元素**，智能音箱拥有多元的交互方式，让营销变服务，打破传统互动模式，建立品牌与用户的深度沟通，打造了音箱端智能营销的典范，获取**新营销范式**。



/新流量/

生活场景天然契合，打通智能音箱天气、早间资讯等流量入口，精准锁定消费者生活场景下的**精准曝光**，实现认知、互动、到店的创新解决方案，极大提升营销效率。

/新体验/

一站式串联曝光-内容-交互-留存，构建**场景+内容+AI语音互动**，最终实现电商成交，实现看、听、说、触的**多模交互**，催生家庭消费创新体验需求。

