

# 志邦家居社媒传播方案

HIBANGJIAJUSHEMEITUOFANGFANGAN

2022.10



# CONTENTS

1 投放分析

2 卖点拆解

3 传播策略

4 传播内容



The background image shows a contemporary interior design. On the left is a kitchen with white cabinetry, a grey countertop, and a sink. In the center is a dining table with four yellow chairs. On the right is a living area with a grey sofa and a patterned armchair. A large blue hexagon with a white circle in the center containing the number '01' is overlaid on the image.

01

## 投放分析

# 志邦 - 抖音投放分析

优

品牌背书&口碑曝光+日常种草传播双管齐下

- ✓ 少量500w+肩、头部达人：家居行业探索者、新营销资讯顾问、泛家居网红联盟主席从商业及行业思维，对设计、环保、服务、价格、品牌发展历程、市场营销等进行解读

- ✓ 100w以下腰、尾部，多圈层分布进行种草，婚礼司仪、探店、才艺、颜值、剧情等

- ✓ #花式家居秀 #志邦男人下厨节等抖音挑战话题，为品牌&产品广曝光



大超哥家居经营营销传媒 6.1w



老邢建材经家居星链 7.0w



旦哥说定制家居新解读 10.3w



宛说定制定制行业专家 3.1w



家居行者孙营销专家 3.1w



# 志邦 - 抖音投放分析

缺

热门视频产品相关内容较少且浅  
没有充分利用流量价值，评论区也未进行引导

## 近 9 0 天 热 门 视 频



赞5.3w 藏6270 评1415  
评论我的人永远不秃顶#  
花式家居秀 @志邦家居



赞2.4w 藏687 评1384  
东营志邦家居开业啦@  
东营|艺诺软装设计 @  
志邦家居



赞2.2w 藏4371 评377  
#花式家居秀 @志邦家  
居评论我的人，永远不  
秃顶#美丽坏女人



赞1.5w 藏2731 评330 #  
花式家居秀 @志邦家居  
提前祝你们中秋快乐~ #  
月亮之上Rap中秋摇

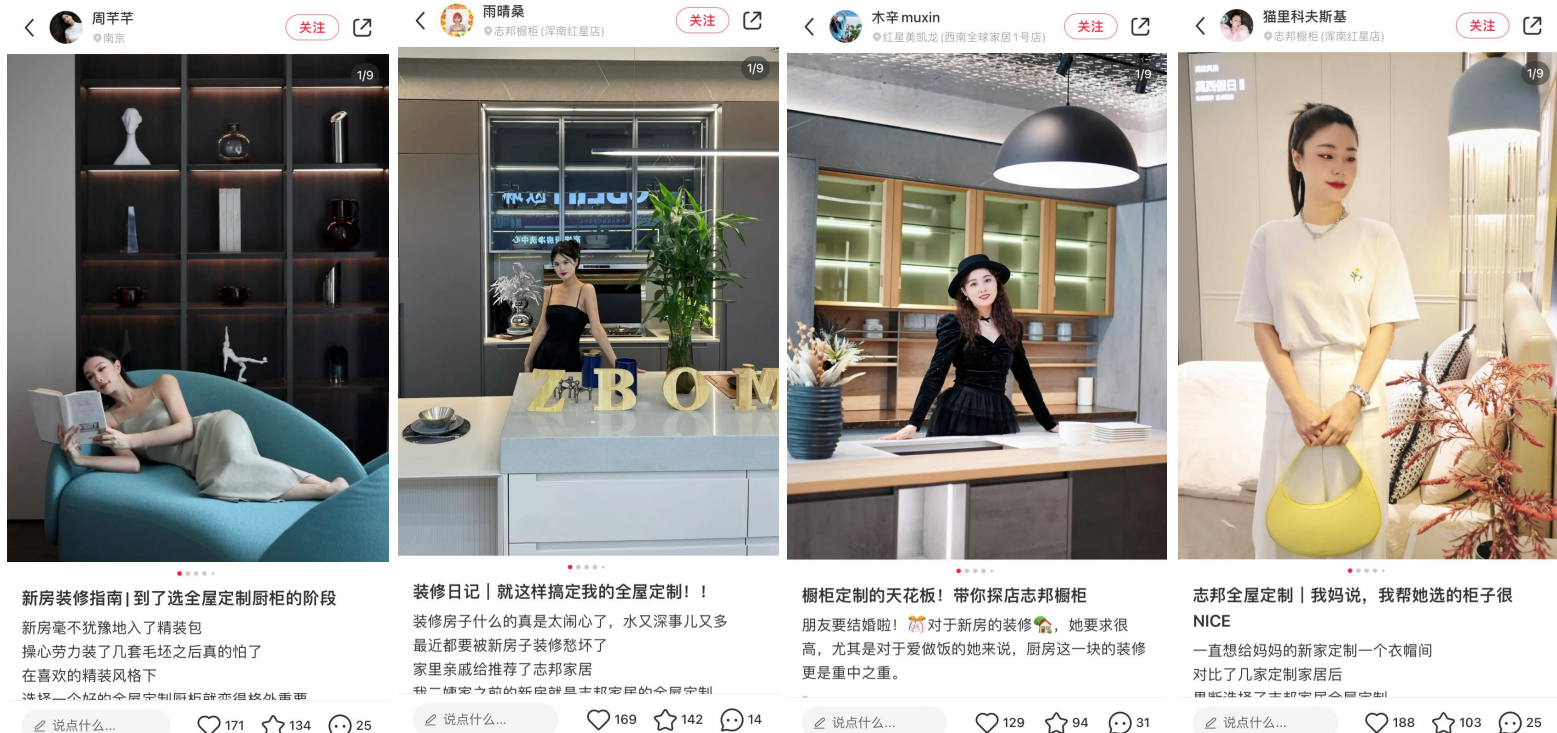
近90天热门视频 多为#花式家居秀 抖音挑战话题下，在志邦门店秀才艺舞蹈等视频，产品相关的介绍较少较浅，且评论与产品&品牌无关，也没有进行引导

# 志邦 - 小红书投放分析

优

达人调性与品牌相符，时尚类博主投放拔高品牌调性

品牌相关关键词下热门内容



小红书以腰、尾部的时尚、颜值、探店、家居类博主为主，达人调性与品牌调性吻合，高端、时尚、美学。部分内容中有线下店铺地址的引导

# 志邦-小红书投放分析

缺

品牌相关话题下内容比较杂乱  
差评笔记排名较前，合作笔记下评论也未维护



| 品牌相关热门话题      | 浏览总量  |
|---------------|-------|
| #志邦家居         | 94.2w |
| #志邦橱柜         | 90.3w |
| #志邦           | 41.1w |
| #志邦家居全屋定制     | 34.5w |
| #志邦全屋定制       | 26.4w |
| #志邦衣柜         | 21.2w |
| #志邦定制         | 8.3w  |
| #2022志邦微笑服务行动 | 4.5w  |

数据来源：热浪数据

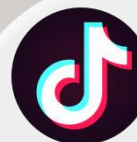
# 本品总结

- 延续、发散优点，及优质内容类型和达人类型
- 阶段性总结缺点并规避



## 小红书本品总结

- ✓ **优点** 继续与时尚类博主合作，可增加软植入笔记及头、肩部账号，持续加大曝光，并形成品牌调性感认知
- ✓ **改进** 品牌相关热门话题下，进行达人笔记合作和维护，排名较前的差评笔记，和达人合作笔记下评论进行定期人工维护和购买引导



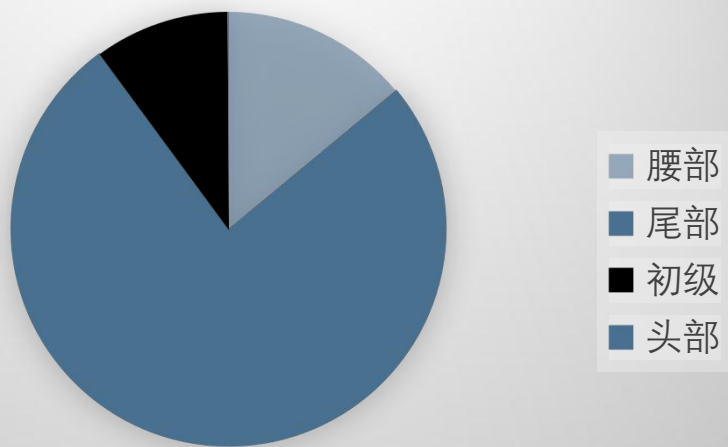
## 抖音本品总结

- ✓ **优点** 延续家居行业探索者、营销媒体&商业达人从行业、商业、经济等思维输出品牌相关深度内容，背书品牌
- ✓ **改进** 对以往投放较好的探店、才艺、剧情类等趣味创意内容加大投放，并软植入产品&品牌介绍，加深视频内容与产品的关联性

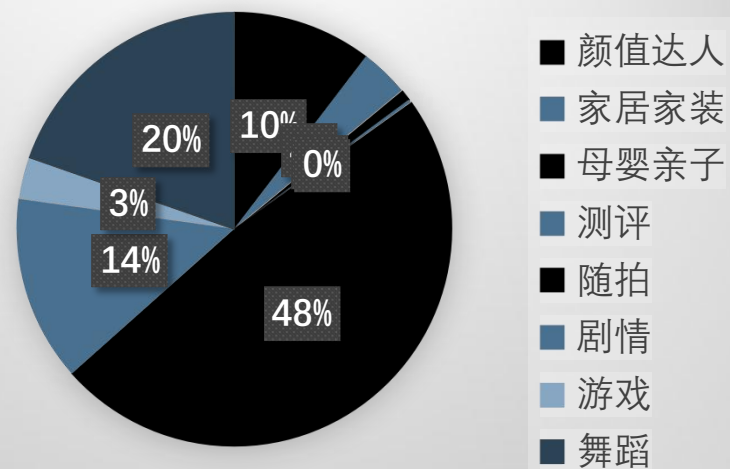
# 欧派 - 抖音投放分析

- 近3个月，近期投放视频，以**尾部**（10-50w）  
**随拍、剧情类**达人类型为主

达人层级占比



达人类型占比



# 欧派 - 抖音投放分析

- 以**#亮出你的宝藏厨房 抖音挑战赛话题**，下相关内容多爆款  
内容方向，在居家厨房或欧派橱柜门店实景拍摄视频

## 优质内容方向



#亮出你的宝藏厨房 @欧派橱柜



理想生活家，离不开餐厨阳卫的一体化定制快来看看吧#欧派厨房好物节第三季



#亮出你的宝藏厨房 @欧派橱柜原创者@织女星~萍儿《休息》#感恩所有的相遇

## 抖音关键词

#欧派48小时旧厨焕新

#亮出你的宝藏厨房

#欧派橱柜

#厨房装修

#厨房改造

#厨房设计

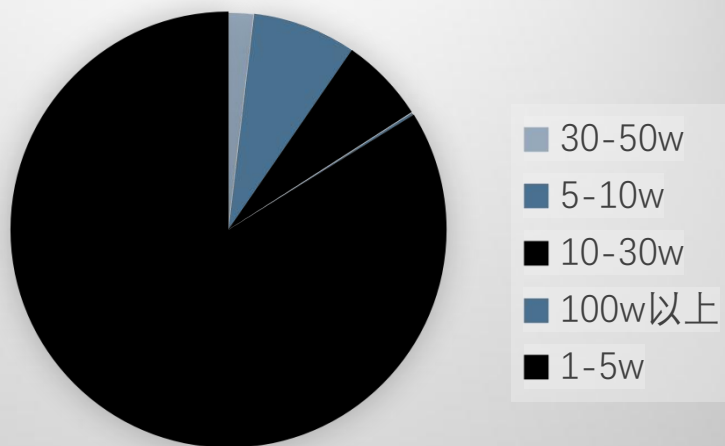
#欧派高端全屋定制

.....

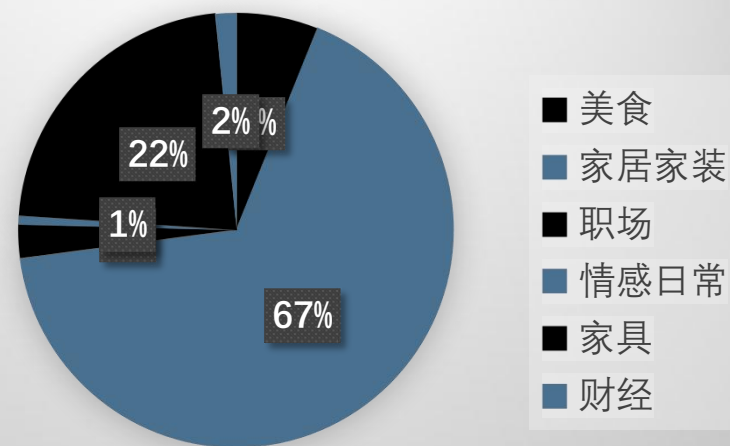
# 欧派 - 小红书投放分析

- 近3个月投放，头部10% 腰部20% 尾部70%，**以尾部1-5w占比最多**
  - **家居家装、家具类**达人类型为主

达人层级占比



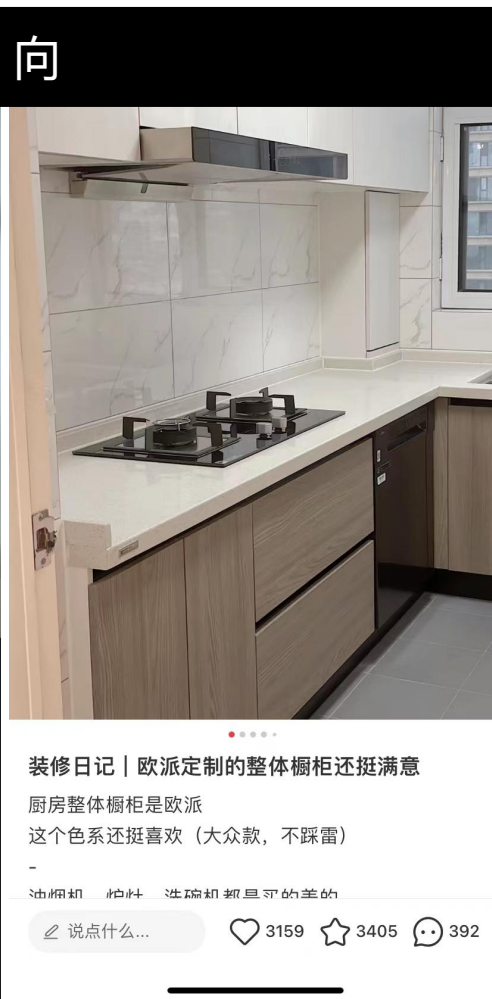
达人类型占比



# 欧派 - 小红书投放分析

- 小红书爆款内容方向，多为**家居博主**，**真实分享装修日记&装修记录**
- **#欧派橱柜** 5700+笔记；**#欧派全屋定制** 1w+笔记；**#欧派衣柜** 1w+笔记

## 优质内容方向



## 小红书关键词

#我的装修记录

#室内设计

#欧派衣柜

#装修设计

#全屋定制

#装修日记

#欧派橱柜

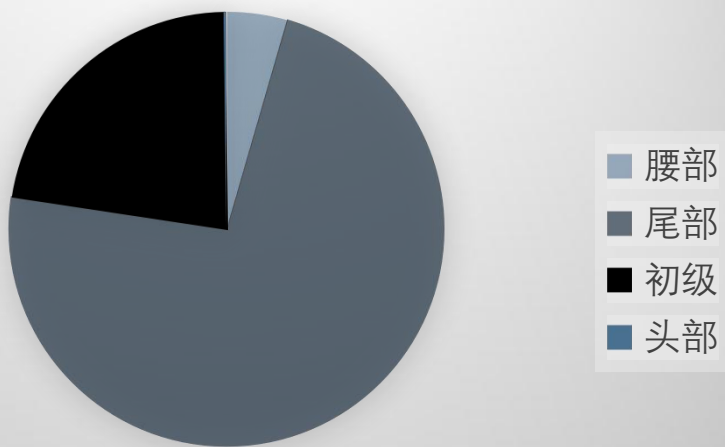
#一门到底

.....

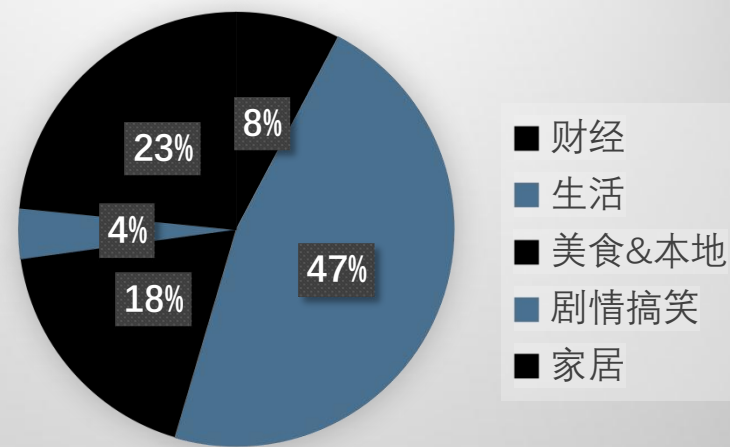
# 索菲亚 - 抖音投放分析

- 近3个月，近期投放视频，以**尾部**（10-50w）为主；
- **生活类、家居类**达人类型为主

达人层级占比



达人类型占比



# 索菲亚-抖音投放分析

- 优质内容方向，在**索菲亚门店实景拍摄视频**及**剧情视频**

## 优质内容方向



装修小白再也不怕了！来  
索菲亚一站式搞定



99💎居然能在国际大💎牌索  
菲亚买一个衣柜橱柜和木门#  
装修 #定制衣柜 #全屋定制衣  
柜橱柜



亲戚拜访时，表面说的话vs  
内心想的话#索菲亚木门#搞  
笑

## 抖 音 关 键 词

#索菲亚柜类定制专家

#装修设计

#家具实体店

#全屋定制衣柜橱柜

#室内设计装修

#全屋定制衣柜橱柜

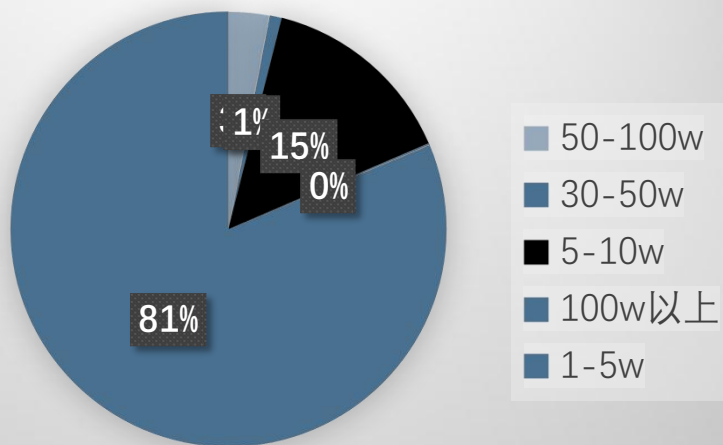
#高端定制

.....

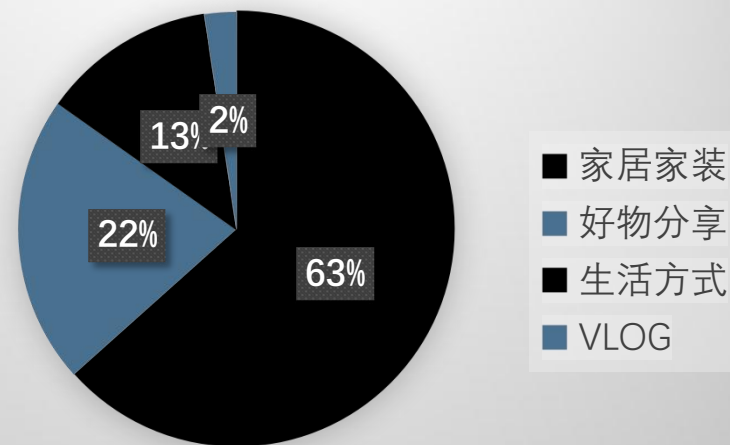
# 索菲亚-小红书投放分析

- 近3个月投放，头部5% 腰部15% 尾部80%，**以尾部1-5w占比最多**
  - **家居博主、好物分享，分享日常类**达人类型为主

达人层级占比



达人类型占比



# 索菲亚-小红书投放分析

- 小红书爆款内容方向，多为家居博主，家装干货&好物分享&装修风格
- #索菲亚衣柜 2500+篇笔记；#索菲亚全屋定制 1w+笔记；#索菲亚餐边柜 1700+篇笔记

## 优质内容方向



全屋定制-索菲亚克拉维卡系列

💡提不上惊艳，但精致又耐看呀！  
👉唯一一眼让我看中的门板款式 没有很复杂的线条 但是又符合我全屋的美式轻奢风格 带有金条但又不浮夸 浅灰色柜体搭配小灯带质感满满💯💯💯

💬 说点什么... ❤️ 2179 🌟 2232 💬 261



省钱经验！索菲亚定制柜 2.2万/26平/9个柜子

众所周知，全屋定制品牌擅长用个看起来很划算的套餐吸引人，超出的面积就贵很多，抽屉、拉手、玻璃等各种增项也都贼贵💯  
本着在满足基本需求的前提下不多花一分钱的原则

💬 说点什么... ❤️ 4097 🌟 7474 💬 445



全屋定制-索菲亚克拉维卡系列

💡提不上惊艳，但精致又耐看呀！  
👉唯一一眼让我看中的门板款式 没有很复杂的线条 但是又符合我全屋的美式轻奢风格 带有金条但又不浮夸 浅灰色柜体搭配小灯带质感满满💯💯💯

💬 说点什么... ❤️ 2179 🌟 2232 💬 261

## 小红书关键词

#全屋定制

#定制衣柜

#索菲亚全屋定制

#索菲亚

#臻白

#装修经验

#索菲亚心动之家

#美式装修

.....

## 竞 品 总 结



索菲亚家居

- 欧派索菲亚达人类型较单一  
内容中规中矩

The Oppein logo, consisting of the word "OPPEIN" in a bold, sans-serif font, followed by the Chinese characters "欧派" in a stylized, orange font. The entire logo is enclosed in a thin orange rectangular border.

OPPEIN 欧派

- 达人类型较丰富，内容较创意发散  
有抖音挑战赛，话题内容等

# 竞 品 总 结

- 借鉴竞品爆款&优质内容方向
- 参考竞品投放达人类型，并对本品达人类型进行扩充

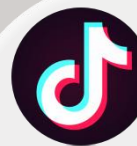


## 小红书竞品总结

**达人类型：**家居博主、好物分享，  
分享日常 类型为主

**达人层级：**  
以尾部1-5w占比最多

**爆款内容方向：**  
家装干货 / 好物分享 / 装修风格  
真实分享装修日记 / 装修记录



## 抖音竞品总结

**达人类型：**生活类、剧情、家居、  
随拍 类型为主

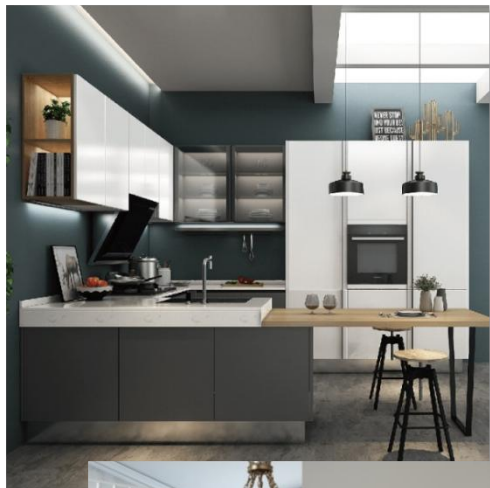
**达人层级：**  
以10-50w腰、尾部层级达人为主

**优质内容方向：**  
门店实景拍摄视频 / 剧情视频

02

## 卖点拆解

# 志邦 - 产品 - 种草卖点提炼



“一体化”  
定制服务

“价值定制”  
打破原有定制家居局限

倡导  
“静美生活”

一站式购齐  
省心  
购物体验

- 1、志邦厨柜：设计、安装、售后一体化的厨房定制服务；
- 2、志邦全屋定制：以“价值定制”为导向，打破原有定制家居局限，人性化空间组合，提供多种空间解决方案；
- 3、志邦木门：以静音+、环保品质、智慧人性、美学设计为核心，倡导静美生活；
- 4、法兰菲家居：坚持“设计一体化”、“风格一体化”、“服务一体化”的全屋搭配解决方案，实现一站式购齐的省心购物体验。

# 志邦 - 口碑 - 种草卖点提炼



“智能”  
工厂

“断舍离”  
理念

强大研发设  
计团队

高新企业  
国家认证

- 1、拥有五大生产基地，“柔性化、信息化、智能化”的生产体系、智能全屋定制家居工业4.0生产线;
- 2、签约“断舍离”生活哲学创始人—山下英子为首席生活顾问；将“断舍离”理念与家居收纳生活完美结合；
- 3、签约德国红点奖获得者吴作光、香港著名室内设计师陈飞杰、意大利知名设计师MICHELE MRRCON为设计顾问，共同致力于产品研发设计；
- 4、引进国外先进的制造设备；百余人产品研发团队。

# 志邦 - 品牌 - 种草卖点提炼



周杰伦  
品牌形象  
代言人

明星矩阵  
背书

微笑行动  
终生之约

管家式安装  
服务体系

- 1、2019年1月，签约国际巨星周杰伦为品牌形象代言人；
- 2、营销传播—打造明星矩阵（小包总杨烁、奥运冠军孙杨、蔡康永、山下英子等）；
- 3、微笑行动 终生之约:每年年终开展全国范围内客户回访活动，面对新老客户进行产品的免费检修、调试及维护等服务；24小时售后 6大承诺。



03

## 传播策略

# 达人策略

参考竞品投放达人，小红书以**家居博主**、**随拍探店**为主

40%

小红书预算占比



主要  
达人

家居博主

日常家居分享

辅助  
达人

时尚

随拍探店

精致生活方式

设计师

.....

✓ 布局小红书，家装行业“出圈”的最好机会



✓ 营销关键点：KOC种草铺量+打造话题标签+KOL种草引爆



✓ 传播目的：广扩散铺量+加强认知

# 达人策略

参考竞品投放达人，抖音以**剧情、家居家装类**为主

- ✓ 布局抖音，家装行业“获客&流量”的主战场



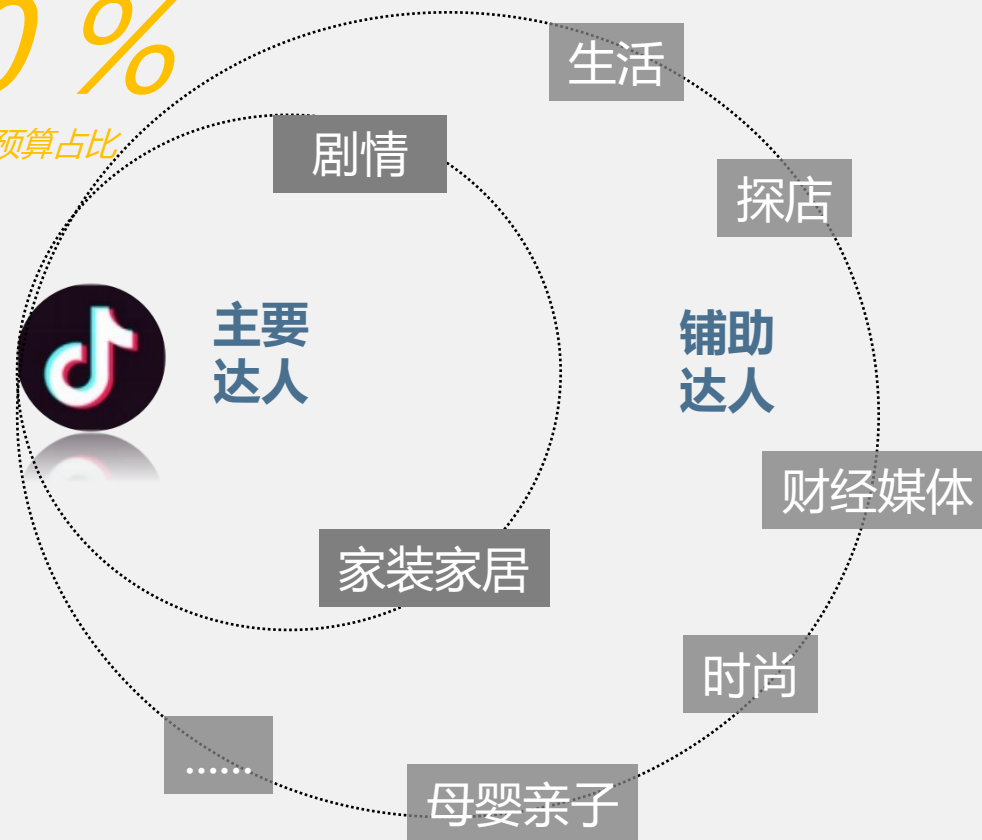
- ✓ 营销关键点 达人流量加持+口碑传播+品牌背书



- ✓ 传播目的：占领心智+渗透精准圈层+获客转化

60%

抖音预算占比



# 沟通策略

通过“我听 我用 我感”三步曲，循循善诱引导受众对产品的认同感

## 志邦沟通策略

step1  
引发兴趣

### 大面积覆盖

志邦产品关键词及家装行业关键词话题，进行铺垫，吸引关注

step2  
参与体验

### 突出差异化

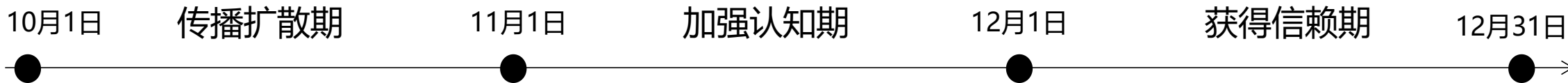
利用多圈层达人，选择不同侧重卖点，传播志邦产品/品牌信息

step3  
分享感受

### 针对潜在用户

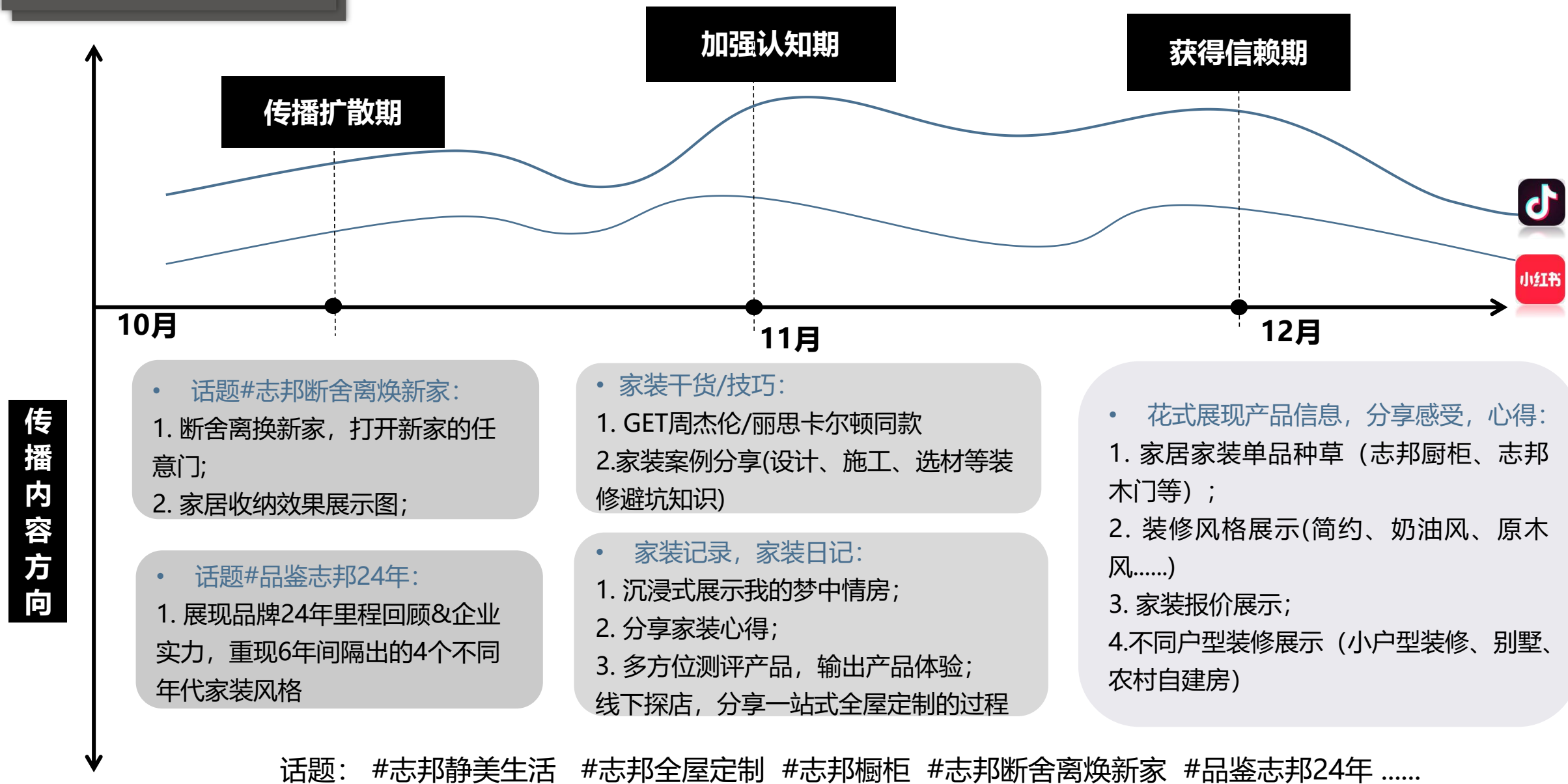
不同角度分享家装心得，小窍门，技巧等，影响潜在用户购买倾向

# 内容策略



| 阶段重点 | 大面积覆盖                                                                                                                                                                                  | 突出差异化                                                                                                                                                                                      | 针对潜在用户                                                                                                                                                                                     |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 内容方向 | 通过受众的关注与兴趣点，进行深入匹配沟通，带出产品及品牌信息，并铺量产品品牌相关话题                                                                                                                                             | 产品差异化传播及告知体验活动信息                                                                                                                                                                           | 分享感受，互动式分享，吸引潜在消费者，优惠价格加持刺激终端销售                                                                                                                                                            |
| 切入角度 | <div>1、家装问题&amp;兴趣点（性价比、环保、设计、服务等）</div> <div>2、应对方法（怎么选择，注重哪些方面）并植入志邦产品</div>                                                                                                         | <div>1、分享家装记录，家装干货，秘诀，装修避坑</div> <div>2、植入志邦产品信息，及产品特点</div>                                                                                                                               | <div>1、不同角度露出志邦产品信息</div> <div>2、分享家装感受&amp;分享心得</div>                                                                                                                                     |
| 预算占比 | <div>  50w</div> | <div>  50w</div> | <div>  50w</div> |

# 投放节奏



# ROADMAP

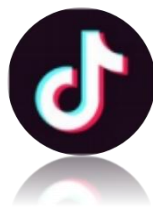
| 志邦家居社媒投放Roadmap |                                                                                                                    |                                                                                            |                                                                                                        |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PHASE           | 传播扩散期（10月）                                                                                                         | 加强认知期（11月）                                                                                 | 获得信赖期（12月）                                                                                             |
| OBJECTIVE       | 大面积覆盖                                                                                                              | 突出差异化                                                                                      | 针对潜在用户                                                                                                 |
| 关键点             | <ul style="list-style-type: none"><li>选择受众关注与感兴趣的内容点切入，并多个方向测试；</li><li>种草产品时，背书品牌信息；</li><li>铺量产品品牌相关话题</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>加投前期测试的爆款内容及达人类型；</li><li>产品差异化传播及告知体验活动信息</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>花式展现产品信息，分享感受，心得；</li><li>评论互动式维护，吸引潜在消费者，优惠价格加持刺激终端销售</li></ul> |
| 关键词             | #志邦静美生活 #志邦全屋定制 #志邦橱柜 #志邦断舍离焕新家 #品鉴志邦24年 .....                                                                     |                                                                                            |                                                                                                        |
| KOL类型           | 抖音：剧情、家装家居为主，其次生活、设计师、财经媒体、母婴亲子<br>小红书：家居家装、随拍探店为主，其次日常家居分享、时尚、生活方式                                                |                                                                                            |                                                                                                        |
| KOL层级           | 头：腰：尾 占比 1：6：3                                                                                                     |                                                                                            |                                                                                                        |
| KOL数量           | 抖音：头部1个；腰部5个<br>小红书：头部1个；腰部4个；尾部5个                                                                                 | 抖音：头部1个；腰部5个<br>小红书：头部1个；腰部5个；尾部3个                                                         | 抖音：头部1个；腰部4个<br>小红书：腰部5个；尾部5个                                                                          |
| 阶段预算            | 50w                                                                                                                | 50w                                                                                        | 50w                                                                                                    |

A modern, minimalist interior featuring a kitchen with white cabinetry and a grey countertop, a dining table with four yellow chairs, and a living area with a grey sofa and a patterned armchair. The space is bright and airy, with large windows and open shelving.

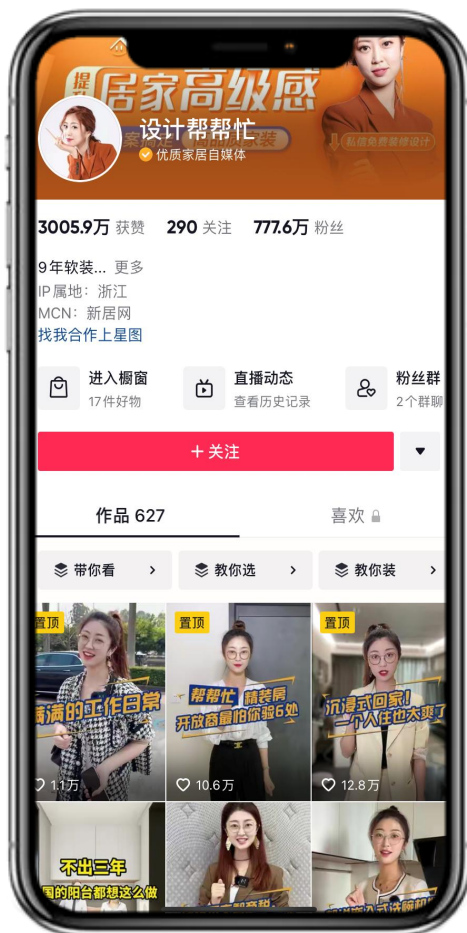
04

传播内容

# 抖音主推账号



## 家居家装达人推荐-设计帮帮忙



### 数据概览

| 作品数 | 平均播放量  | 平均点赞 | 平均评论 | 平均分享 | 带货视频数 | 组件视频数 |
|-----|--------|------|------|------|-------|-------|
| 13  | 120.3w | 1.5w | 137  | 2537 | 1     | 1     |

基础数据：粉丝总量**777.6w**；总点赞**3005.9w**；平均点赞**1.5w**；平均评论**137**；预期播放量**135.9w**；预期**CPM88.3**

红人指数 69 ?

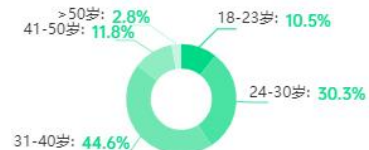


9年软装设计师，粉丝量榜家居家装分类月榜**第5名**，粉丝互动榜家居家装分类月榜**第50名**

### 性别分布

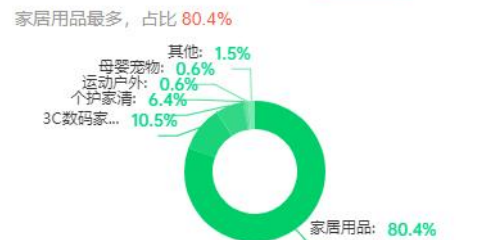


### 年龄分布



粉丝画像：女性占比**94%**，**31-40岁**占比最多

### 商品分类



带货商品中，家居用品、3C数码最多，且客单价高，行业关联度高



# 全屋定制注意这几点，环保好看

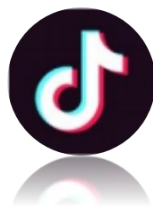
内容关键词：志邦全屋定制 | 设计装修 | 装修技巧

内容方向示意：

当你兴冲冲做完全屋定制，结果不光配色丑、甲醛还超标...真正好看又显高端的全屋定制长啥样？今天带你看一套！

博主来到志邦门店...开始介绍：设计系列、板材颜色、基材、环保，当然最后你们最关心的还是价格，这次带大家看的是志邦的全屋定制，最近双十一狂欢购物季，价格很惊喜哟，此处露出优惠利益点.....

# 抖音主推账号



## 剧情达人推荐-顾大禹



### 数据概览

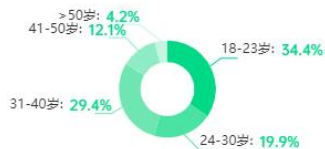
| 最新作品数 | 粉丝增量  | 新增点赞  | 新增评论   | 新增分享   | 新增直播 |
|-------|-------|-------|--------|--------|------|
| 17    | -3.7w | 84.5w | -10.8w | -18.7w | 4    |

基础数据：粉丝总量**447.9w**；总点赞**1.19亿**；平均点赞**3.4w**；平均评论**734**；预期播放量**79w**；预期CPM**189.90**

### 性别分布



### 年龄分布



粉丝画像：女性占比**78.59%**，**18-23岁**占比最多，触达年轻情侣新家装修人群

### 近10个作品表现

其中最低点赞量：1.4w，最高点赞量：9.1w

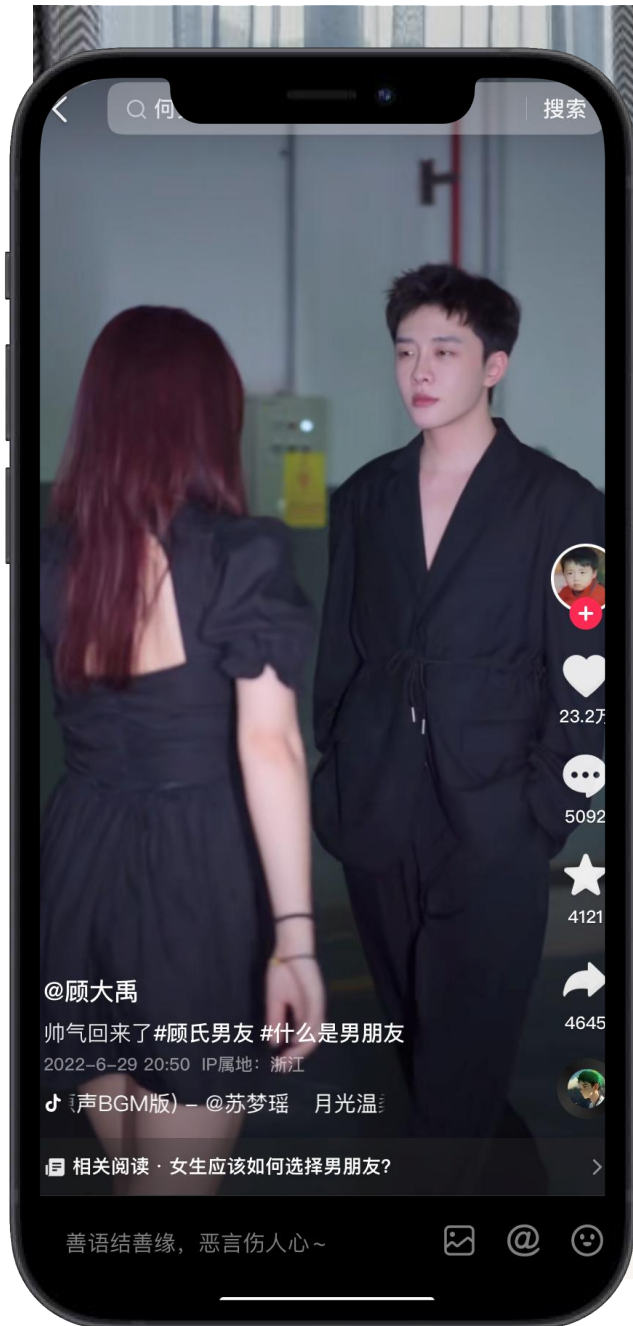
注：近10个作品为红人近期发布的作品最新数据，与当日红人互动情况无关



红人指数 72



近期前10条视频互动数据较高且稳定，**种草指数**和**传播指数**高



# 听说99%情侣因为装修而吵架

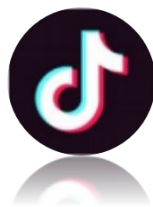
内容关键词：志邦全屋定制 | 设计装修 | 情侣装修 | 情侣日常

内容方向示意：

听说99%情侣因为装修而吵架，大到装修风格、小到门的材质，任何小事都可能引起分歧，比如我和我对象一方想要朴素自然，一方想要高端华丽，分享下我们有装修分歧下，不吵架的秘诀：

首先要感谢志邦全屋定制：以“价值定制”为导向，人性化空间组合，根据我们的不同需求，提供多种空间解决方案，而且是设计、风格、服务一体化的全屋搭配解决方案，实现一站式购齐的省心购物体验...而且我们与设计师沟通时，也可保持耐心，做一个好的良性沟通.....志邦强大的设计师团队，有德国红点奖获得者吴作光、香港著名室内设计师陈飞杰...让我们的北欧极简风和法国华丽风完美的融合了。

# 抖音主推账号



## 母婴亲子达人推荐-张轶程



### 数据概览

近7天 近30天 近90天

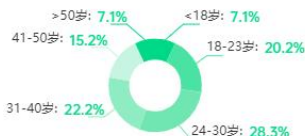
最新作品数 27 粉丝增量 21.5w 新增点赞 940.2w 新增评论 -3w 新增分享 5w 新增直播 —

基础数据：粉丝总量**819.1w**；总点赞**1.45亿**；平均点赞**15.9w**；平均评论**2782**；预期播放量**253.8w**；预期CPM**39.39**

### 性别分布

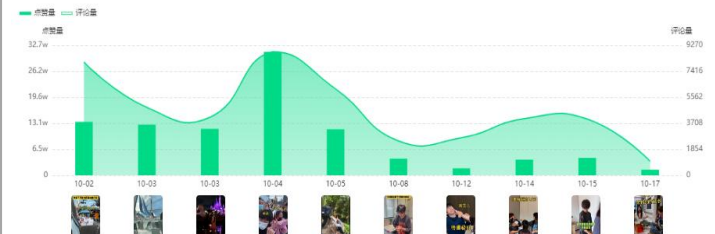


### 年龄分布



粉丝画像：女性占比**67.89%**，**31-40岁**占比最多，触达需要改造置换新家而装修的妈妈人群

### 近10个作品表现



红人指数 71 ?

传播指数·93

合作指数·65

种草指数·42

涨粉指数·68

性价比指数·74

粉丝互动榜母婴亲子分类月榜第**22**名；粉丝飙升榜母婴亲子分类月榜第**23**名；传播指数、性价比指数高



# 我妈怎么只有付钱的时候像个大人?!

内容关键词：志邦家居 | 志邦全屋定制 | 全屋定制

内容方向示意：

妈妈和轶程来到志邦家居体验店，原来这就是传说中的志邦家居啊”，妈妈从一进门平淡的语气，“不就是做橱子的吗...”

越往里面参观，并且经过志邦服务人员的详细介绍，越表现出惊讶吃惊，这摸摸那坐坐，轶程看不下去妈妈这样，嫌弃她丢人，于是让她赶紧回家...妈妈扬言这些以后都是她的，轶程说这一定很贵吧，一旁的志邦服务人员开始介绍，志邦在年底的优惠力度.....妈妈指着志邦衣柜“刷卡，我先要个这个！”.....

 家居家装达人推荐-Jessica漫生活



图文笔记

商业笔记

爆文率

视频笔记

日常笔记

粉丝赞爆比

### ■ 年齡分布

### ■ 粉丝地域分布



### ■ 内容关键词



以往合作多为中高端品牌，调性较高，契合品牌高端调性

小红书

DEMO

# 家装灵感 | 幸福厨房提案

内容关键词：家装灵感 | 厨房装修 | 志邦橱柜

内容方向示意：

家里厨房作为幸福感和家庭烟火气的来源，我经常会在网上找很多设计案例，为新家的厨房做准备，最近路过志邦体验店，来打卡找找我的厨房装修灵感~

给我的灵感真的不错的启发，灰色的色调简约中透着奢华，强大的收纳设计（软植入产品卖点）有着一一种心安的秩序，可以让我在做饭时不那么手忙脚乱，L型的布局，充分利用了空间，可以和老公朋友一起享受做烹饪的乐趣.....



而这些都是方太旗下各种领先



Jessica 漫生活

关注

家装灵感 | 4款幸福感厨房提案，你Pick哪个？在整个家里，让我觉得最有幸福感的来源... 展开全文



发弹幕



1071



573



66

 生活方式达人推荐-Super\_Candice



**■ 年龄分布**

| 年龄组   | 人数 |
|-------|----|
| 0-17  | 2  |
| 18-24 | 14 |
| 25-34 | 57 |
| 35-44 | 21 |
| 大于44  | 3  |

男: 7.2%  
女: 92.8%

男 7.20%

■ 内容关键词



数据来源：热浪数据

小红书 DEMO

# 沉浸式收纳 | 换季衣帽间断舍离

内容关键词：志邦断舍离焕新家 | 志邦衣柜 | 志邦全屋定制

内容方向示意：

又到了秋冬换季的日子，每年我都会挑一个阳光明媚的周末进行一次换季收纳，换上温暖的床品并整理好衣帽间。衣柜是我和老公一同用，由于我俩的存放衣物习惯不同，收纳起来还是很麻烦...

最近打算去定制衣柜，想完全根据我俩的想法，去定制衣柜的内部结构，我们选择时也看了许多家店，主要考量柜体尺寸、门板样式、收纳空间等，最终备选了志邦衣柜（原先探店素材展示，并介绍），他们最吸引我的点是签约“断舍离”生活哲学创始人——山下英子为首席生活顾问；将“断舍离”理念与家居收纳生活完美结合，打破原有定制家居局限...接下爸妈新家装修也准备用志邦去做全屋定制...



Super\_Candice 关注

沉浸式收纳 | 换季衣帽间『宜家收纳好物』  
Candice's VLOG —— 又到了冬春... 展开全文

来自合集：糖's VLOG



发弹幕



585



410



70

 时尚/设计类达人推荐-逆时针



0/0%

爆文率

0.08%

2014年12月

### ■ 年龄分布





内容方向示意：

我最近刚做完厨房升级，其实厨房改造翻新并不难，总结几个知识点分享给大家（软植入产品卖点）：

- 1、厨房结构选择，开放式OR封闭式，客餐厨一体化正成为趋势
- 2、看动线是否合理，以L型厨房举例，洗切炒盛操作流程合理，可容纳多人操作
- 3、嵌入式电器，颜值瞬间提升
- 4、厨房电器，一套配齐，设计风格统一

.....

## 阶段数据预估



- 传播扩散期 (10月)  
播放量**489,2499** 互动量**15,6244**
- 加强认知期 (11月)  
播放量**1387,6683** 互动量**18,7045**
- 获得信赖期 (12月)  
播放量**493,8142** 互动量**11,5924**



- 传播扩散期 (10月)  
阅读量**9,8690.5** 互动量**3074.5**
- 加强认知期 (11月)  
阅读量预估**9,6429.5** 互动量**2941.5**
- 获得信赖期 (12月)  
阅读量**7,8200.5** 互动量**2786.5**

# 谢谢聆听

THANKS FOR LISTENING

2022.10

