

康宝消毒柜

小红书推广策略

2021-Q4



Brief Recap 简报回顾

□ BRAND

康宝消毒柜 | 世界首台消毒柜制造者，消毒柜行业领军品牌，厨卫领导品牌，智能家居领航者

□ PRODUCTS

康宝台式消毒柜&康宝家用立式消毒柜

□ OBJECTIVE

- 1、品牌层面：提高康宝消毒柜在站内的品牌声量，吸引更多目标用户群体关注；
- 2、用户层面：为康宝品牌拉新固粉，给用户种草核心产品，并沉淀更多优质用户口碑；
- 3、销售层面：为电商引流，助力线上销售



目录

contents

01 市场分析

02 人群洞察

03 平台分析

04 传播策略

05 公司案例

PART

01

—
市场分析

M A R K E T

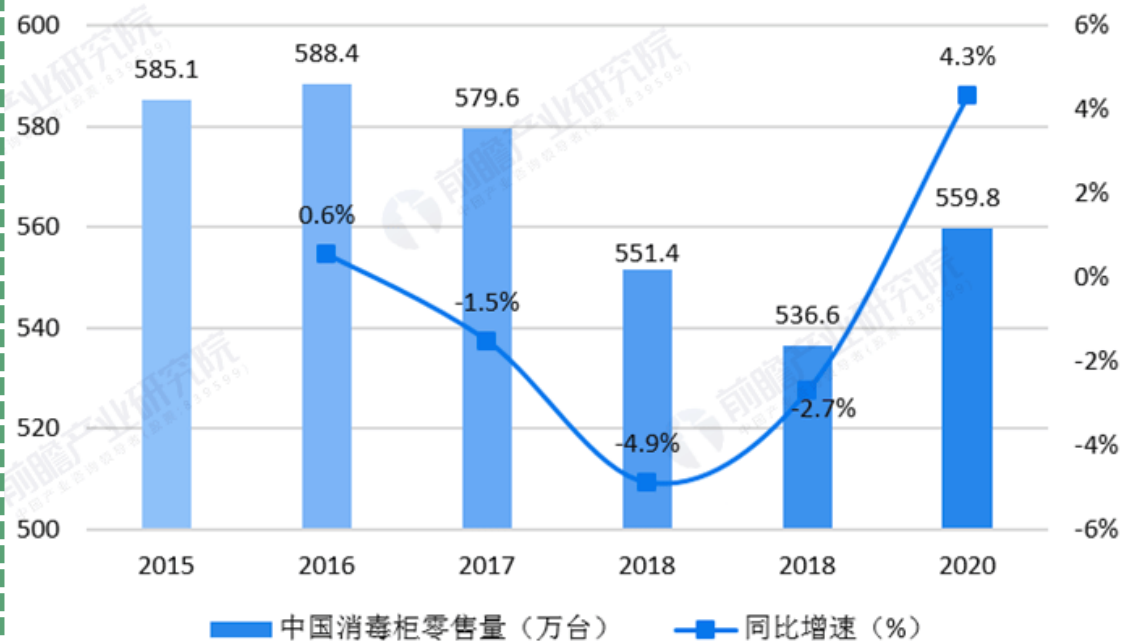
A N A L Y S I S

市场环境 | 疫情之下，健康家电重回大众视野

2020年-2021年，受新冠疫情的影响，消费者对健康家电的需求有所提升

2020年我国消毒柜市场零售量明显回升

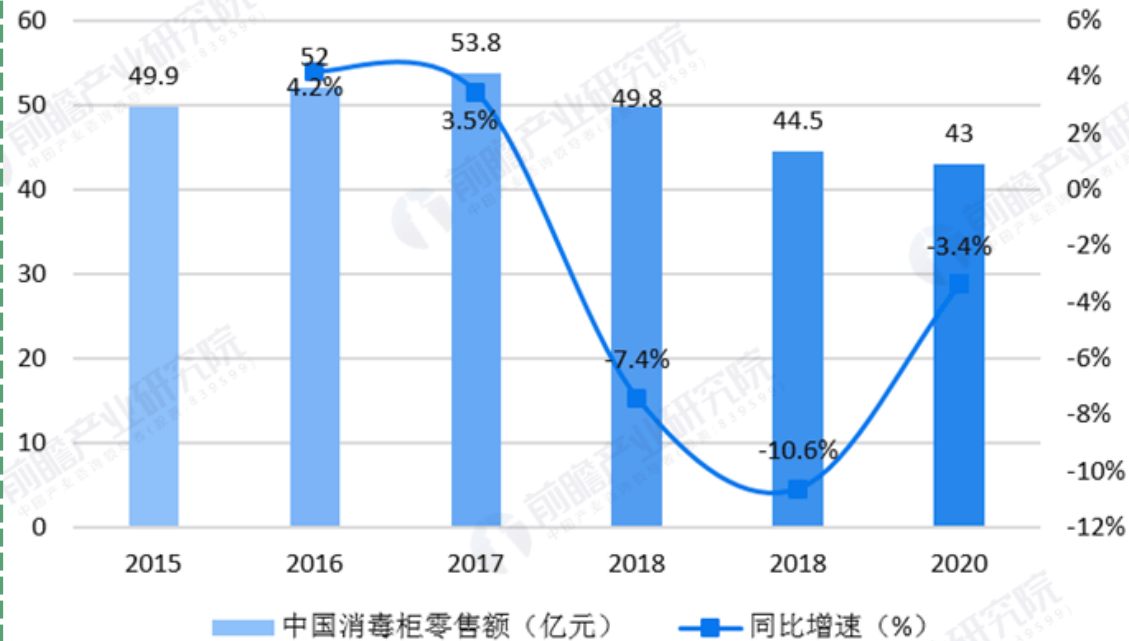
图表1：2015-2020年中国消毒柜零售量变化情况(单位：万台，%)



资料来源：奥维云网 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

图表2：2015-2020年中国消毒柜零售额变化情况(单位：亿元，%)



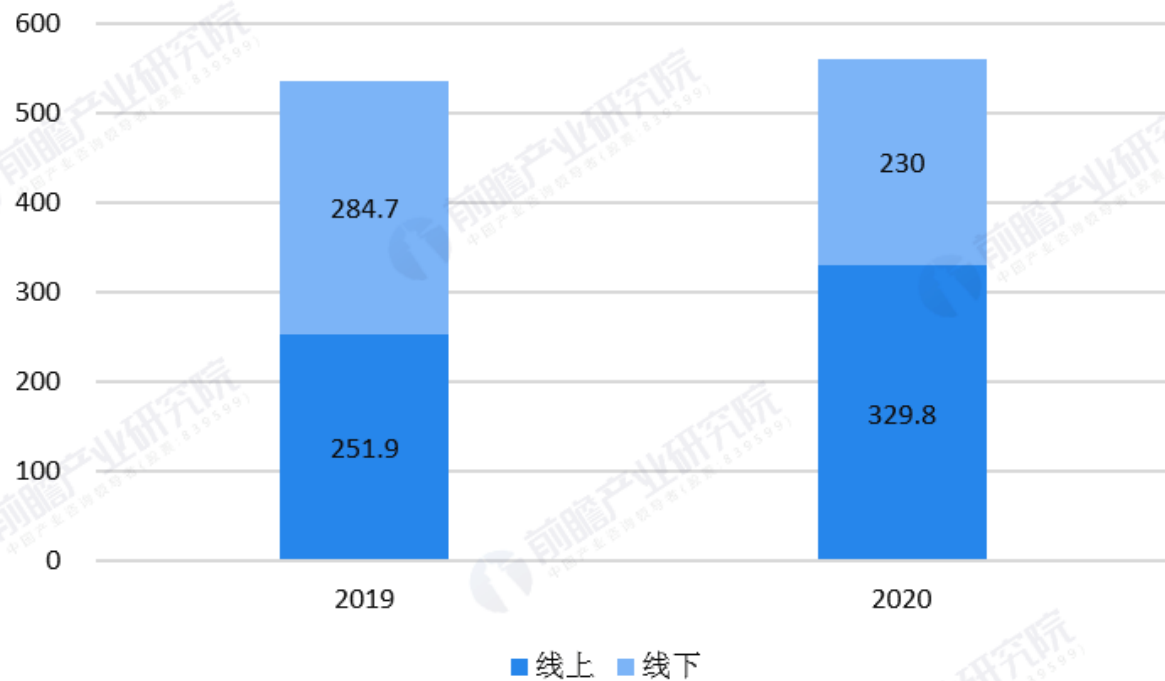
资料来源：奥维云网 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

市场分析 | 线上需求增大，平台投放势在必行

消毒柜大量需求从线下转移至线上，线上渠道消毒柜销售规模大幅增长
需要线上推广助力电商转化

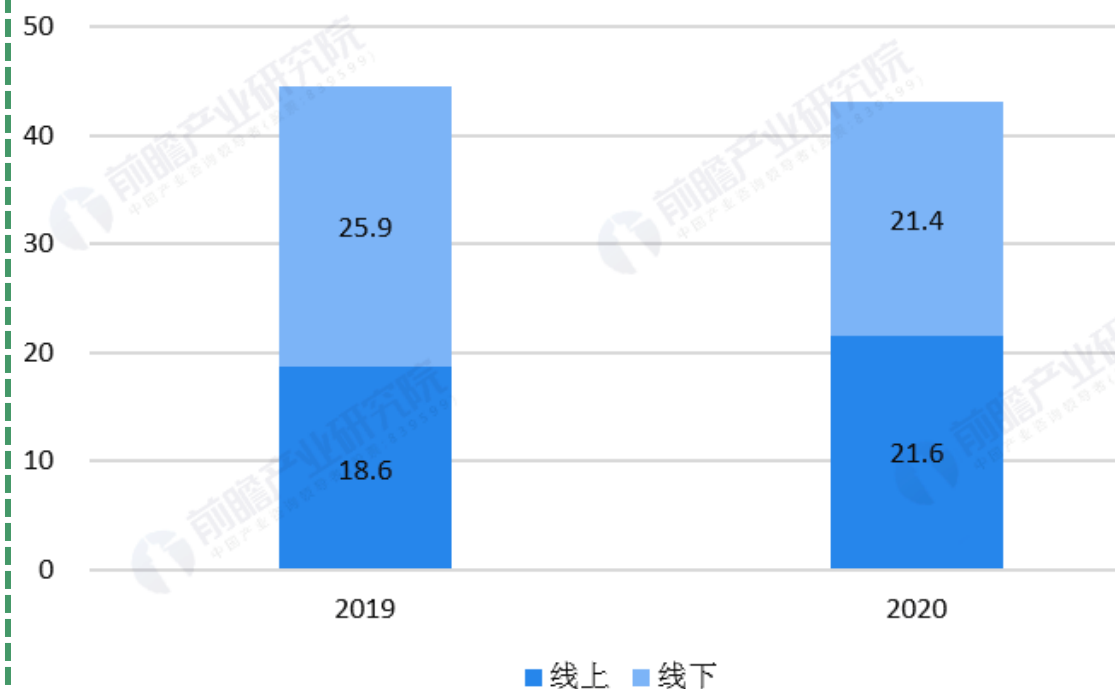
图表3：2019-2020年中国消毒柜分渠道销售量情况(单位：万台，%)



资料来源：奥维云网 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

图表4：2019-2020年中国消毒柜分渠道销售额情况(单位：亿元，%)



资料来源：奥维云网 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

行业增长趋势大好，我们务必抓住浪潮下的这群人

PART
02

人群洞察

C O N S U M M E R

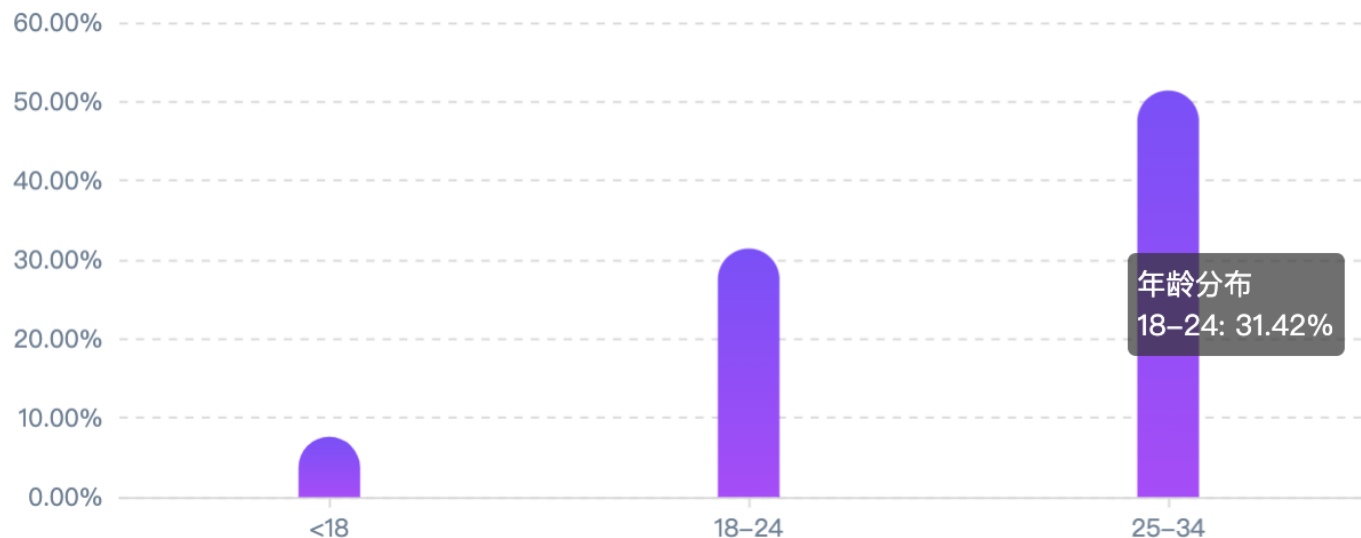
I N S I G H T

人群洞察 | 立式消毒柜

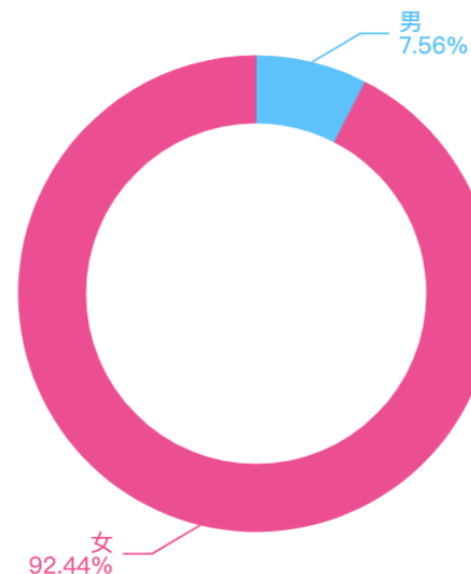
性别：**女性占据绝对优势**

年龄：**25-34岁** 80/90后群体占大多数

■ 年龄分布



■ 性别分布



年轻女性数量庞大，潜在客户消费群

人群洞察 | 立式消毒柜

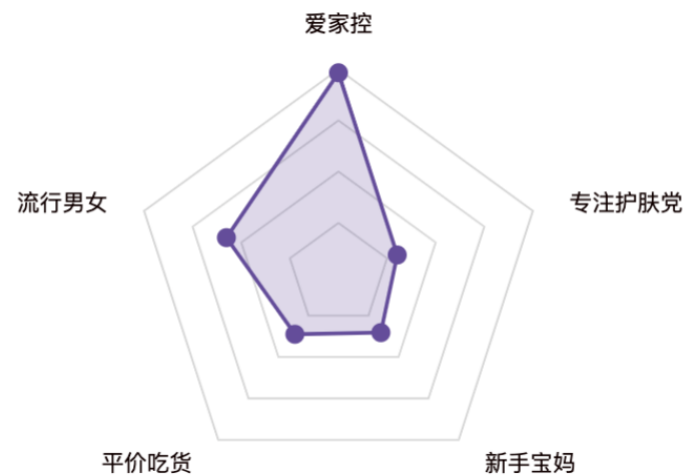
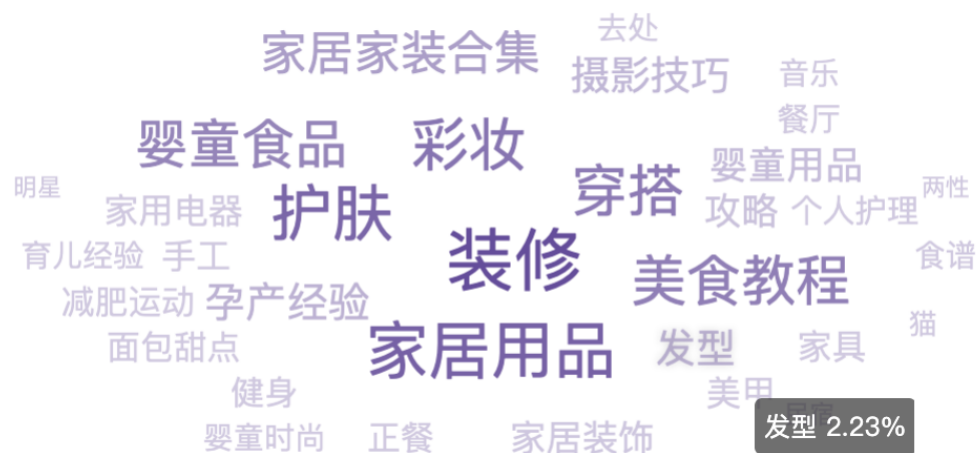
粉丝人群标签：**爱家控/流行男女/平价吃货**

粉丝关注焦点：**装修家居/彩妆护肤/美食教程**

粉丝关注焦点 ②

图表 | 列表

粉丝人群标签 ②



年轻女性数量庞大，潜在客户消费群

人群洞察 | 立式消毒柜

康宝的目标TA们在站内关于消毒器都搜些什么？

对于健康，TA们身体力行，主动做功课



最爱搜的问题TOP3

家用消毒柜选什么品牌？

哪种消毒方式更好？

三口家选多大的消毒柜？



除了康宝还会搜的品牌

方太

美的

西门子



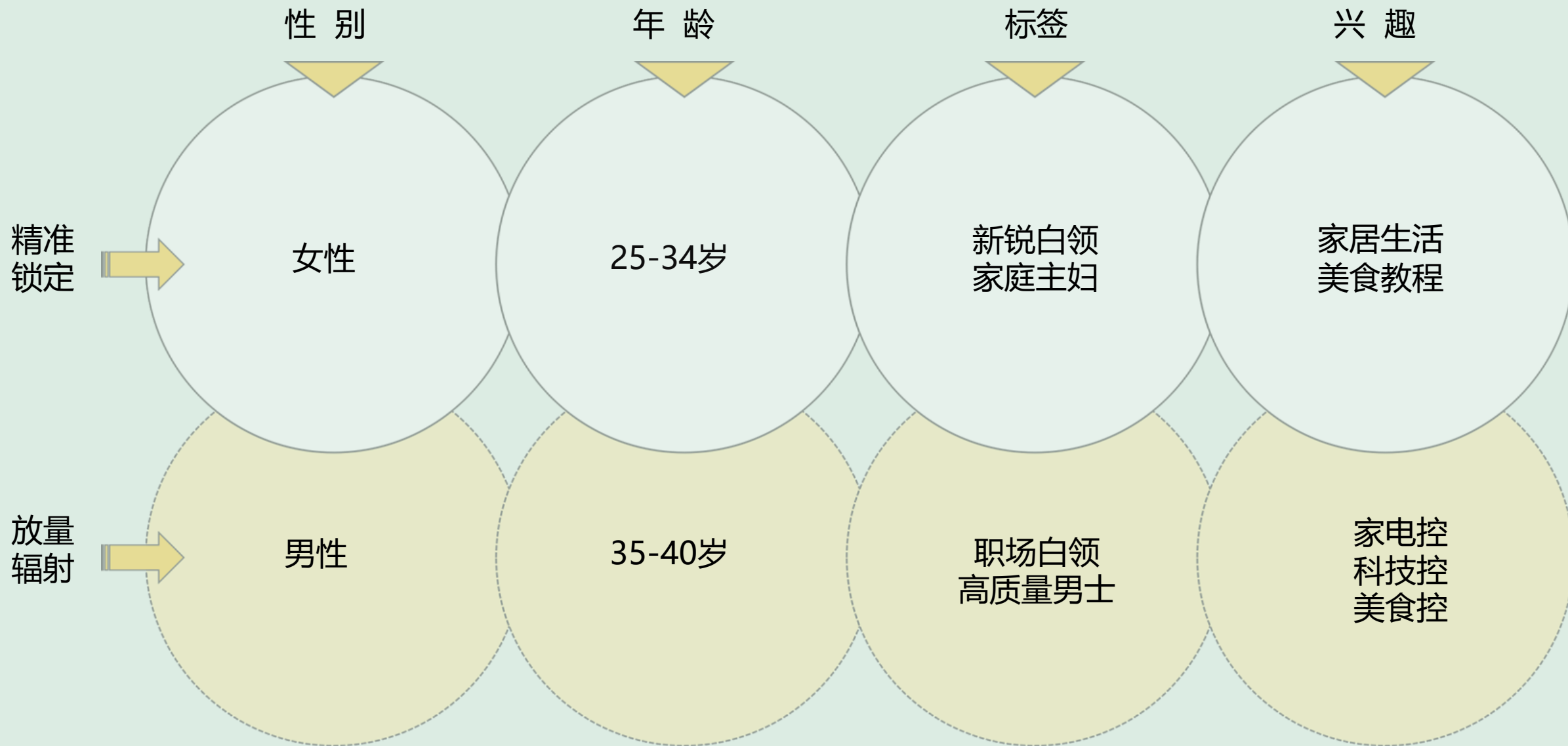
最爱看的内容TOP3

生活居家

厨房家电

健康养生

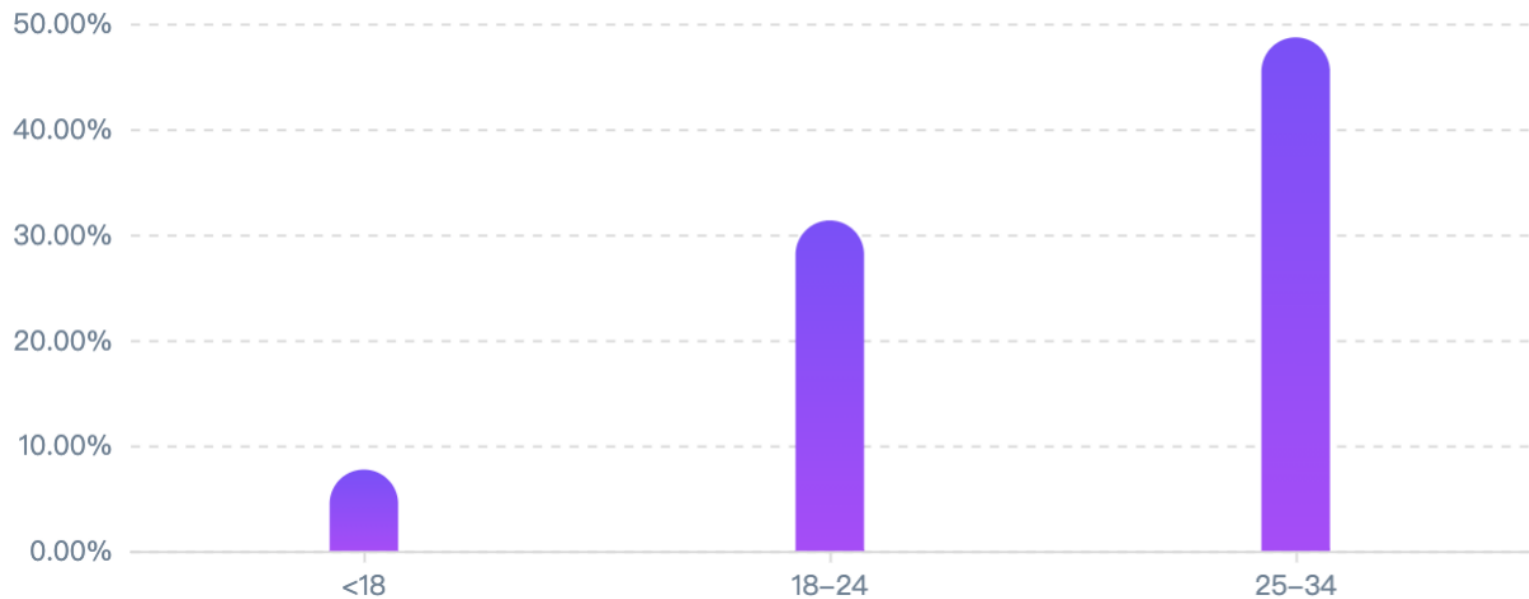
人群洞察 | 立式消毒柜



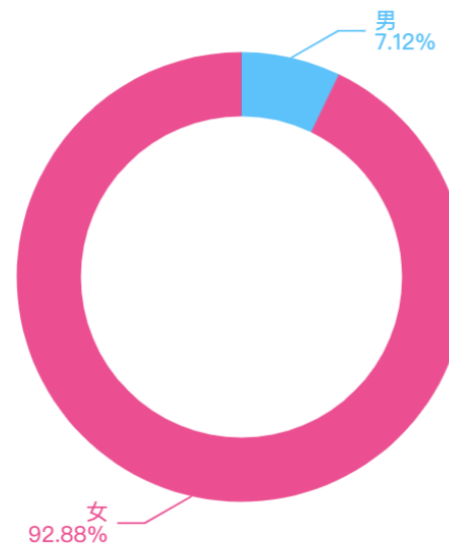
人群洞察 | 台式消毒器

性别：女性>男性
年龄：25-34岁占绝大多数

■ 年龄分布



■ 性别分布



年轻女性数量庞大，潜在客户消费群

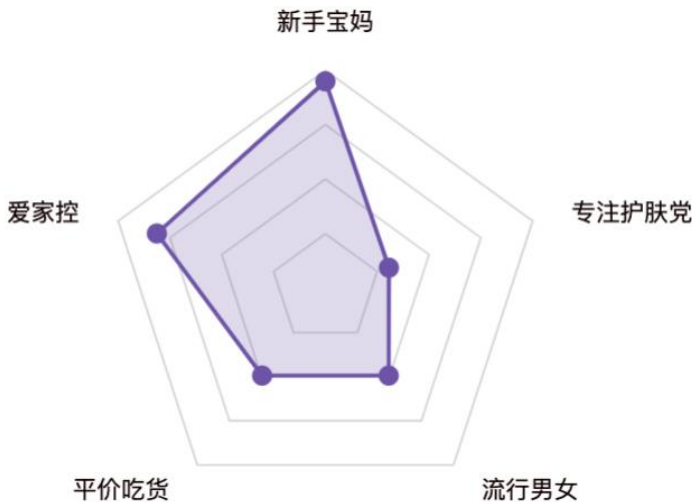
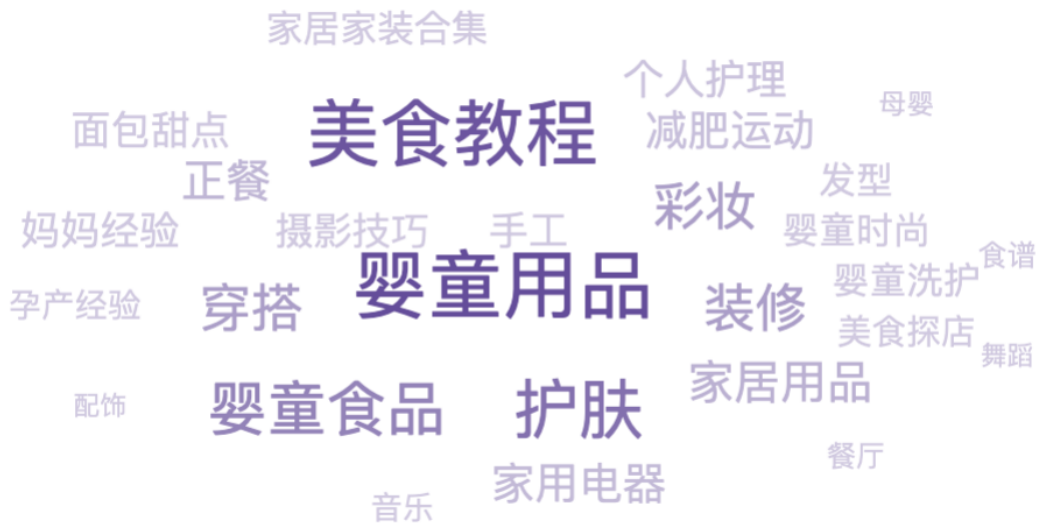
人群洞察 | 台式消毒器

粉丝人群标签：**新手宝妈、爱家控为主，吃货、护肤等为辅**
粉丝关注焦点：**婴童用品和美食类为主，彩妆个护装修为辅**

粉丝关注焦点 ?

图表 | 列表

粉丝人群标签 ?



人群洞察 | 台式消毒器

康宝的目标TA们在站内关于消毒器都搜些什么？

对于健康，TA们身体力行，主动做功课



最爱搜的问题TOP3

婴儿消毒柜哪个好？

奶瓶消毒器推荐？

牙刷消毒器推荐？



除了康宝还会搜的品牌

可优比

大字



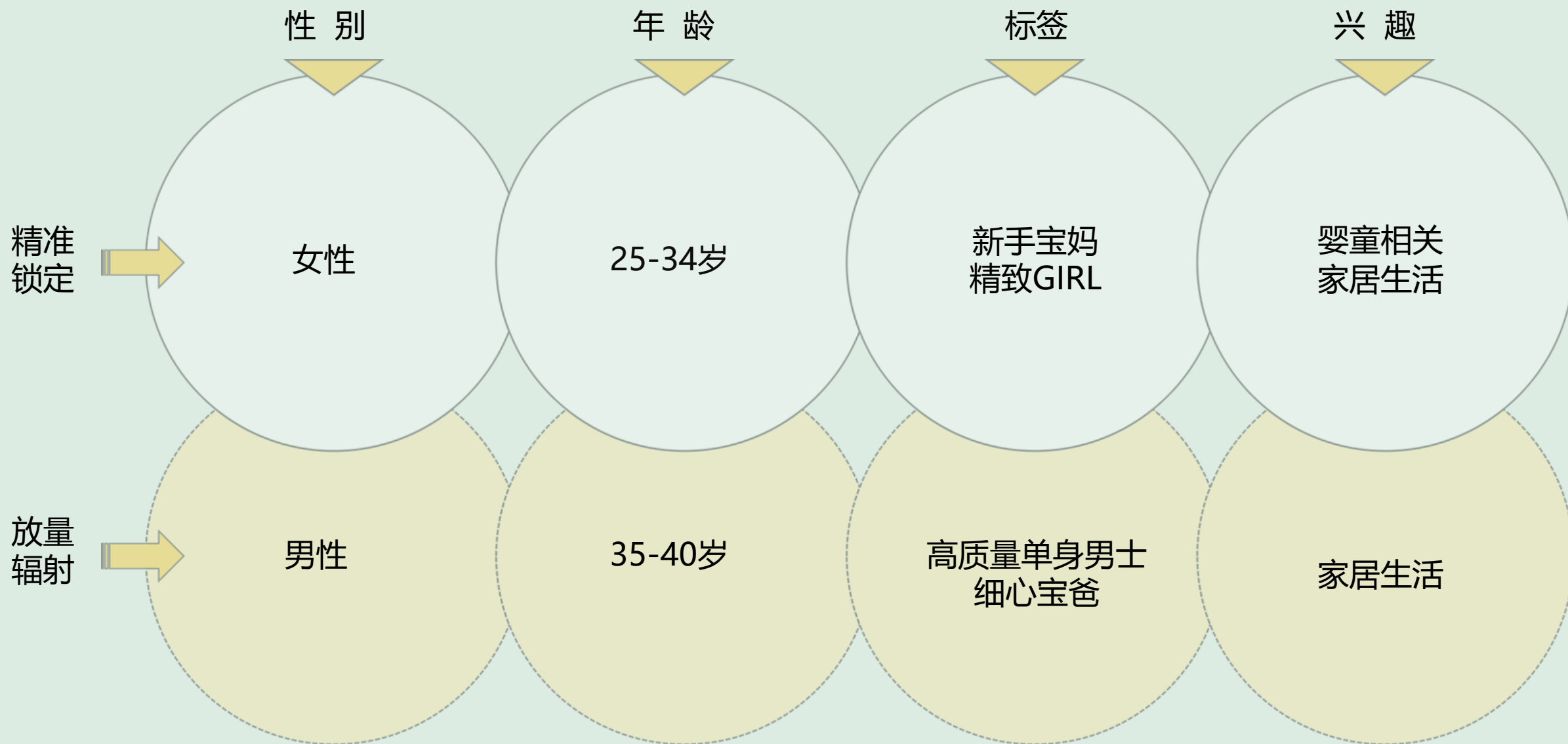
最爱看的内容TOP3

宝宝相关

健康科普内容

养生生活

人群洞察 | 台式消毒器



TA INSIGHT

宝妈的玻璃心也能被治愈

妈妈是一个复杂的矛盾体

希望让孩子自己探索世界

又想隔绝外界一切不安的因素

“吃”是孩子一件无法避免的事情

在孩子餐具卫生上，妈妈们缺乏十足的安全感

康宝消毒柜，“柜”在有人懂你的不安

治愈困扰心底的玻璃心





TA INSIGHT

“超人” 不难当

来自外太空的“超人”

尽全力用地球人的方式照顾全家

康宝消毒柜，为每一个在外冲锋陷阵的他

守护好家庭的每一个ta

消除后顾之忧

做一个不太难当的“超人”

TA INSIGHT

单身GIRL

不担心病毒细菌的突然来袭

安心做个精致的俏佳人

消灭一切“不安份子”的康宝消毒柜

让你在忙碌的日子，依旧不能丢了生活的质感

精致是件容易事儿



PART

03

平台分析

P L A N T

A N A L Y S I S

平台分析 | 小红书平台用户价值

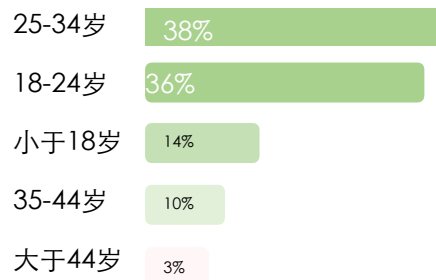
小红书坐拥国内优质的高净值活跃用户群体

年轻人在小红书分享生活方式

高粘性	4.5亿	注册用户
	1亿+	月活用户
	45万+	每日新增笔记数
	100亿	单日笔记曝光
	70%+曝光量	为UGC内容

年轻化	78%	女性用户
	52%	一二线用户
	73%	90后用户

用户年龄分布



用户消费力分布



消费强

超9成	在小红书了解商品信息
近6成	直播带货客单价100元

平台分析 | 小红书平台用户价值

种草界的开山鼻祖，已具备完整的种草消费闭环



平台分析 | 小红书平台内容价值

从小红书近30天行业流量数据来看，
家居类&家用电器类笔记总量占比全行业大盘近1/5。

小红书用户热衷家居布置，分享家装已成为社交货币之一，家居家电相关达人达15.02%，仅次于彩妆及美食，位列top3。

	推广笔记篇数	笔记点赞总数	笔记评论总数	笔记收藏总数	平均互动量
相对占比	7.87%	7.75%	6.89%	10.00%	--
当前周期	15.99万 ▼ -15.65%	1596.07万 ▼ -33.17%	193.53万 ▼ -23.23%	880.76万 ▼ -40.05%	166 ▼ -23.15%
上一周期	18.96万	2388.08万	252.08万	1469.15万	216

	推广笔记篇数	笔记点赞总数	笔记评论总数	笔记收藏总数	平均互动量
相对占比	9.52%	8.71%	8.44%	9.94%	--
当前周期	19.34万 ▼ -29.50%	1794.24万 ▼ -47.82%	236.90万 ▼ -37.72%	875.79万 ▼ -49.85%	150 ▼ -25.74%
上一周期	27.43万	3438.38万	380.38万	1746.27万	202

家居家装行业呈蓝海之势，用户展现强大消费需求 and 能力

	种草达人总数 ②	推广笔记篇数 ②	笔记点赞总数	笔记收藏总数	笔记评论总数
相对占比	15.02%	6.87%	6.90%	9.17%	5.82%
当前周期	10.46万 ▼ -19.54%	27.50万 ▼ -28.10%	3551.97万 ▼ -18.71%	1823万 ▼ -35.34%	325.70万 ▼ -21.19%
上一周期	13万	38.25万	4369.60万	2819.38万	413.26万

平台分析 | 站内消毒柜现状分析

用户对消毒柜的需求及认知待进一步推动刺激

需求主要集中在台式消毒器中，相对于家庭立式消毒柜，宝宝/奶瓶消毒器在站内较为热门

消毒柜在家居类笔记关键词下占据TOP48
消毒柜相关热门话题下笔记数量少，互动不足

内容关键词TOP100

排名	内容关键词	相关笔记	占比	平均点赞	平均收藏	平均评论
47	蓝牙音箱	528 查看	0.32%	125	13	63
48	消毒柜	525 查看	0.32%	88	8	30
49	无线耳机	519 查看	0.31%	94	12	35

话题信息	笔记浏览总量	参与话题人数	相关笔记数 ?	笔记互动量总量 ?
# 奶瓶消毒器 上线时间: 2020-04-28 00:00:00	206.94万	1,021	106	1.06万
# 消毒器 上线时间: 2020-05-13 00:00:00	19.42万	411	14	4,240
# 消毒柜 上线时间: 2020-04-30 00:00:00	181.24万	795	36	4,756
# 老板消毒柜 上线时间: 2020-09-23 00:00:00	41.91万	57	0	0
# 奶瓶消毒柜 上线时间: 2020-06-26 00:00:00	41万	187	10	1,190
# 宝宝消毒柜 上线时间: 2020-10-16 00:00:00	27.62万	109	33	4,203

知己



知彼



竞品分析 | 方太

搜索“方太”关键词，33W+篇笔记，60+件商品
“方太消毒柜”关键词，1400+篇笔记
品牌声量大，但消毒柜内容铺排较少，非重点推广品类

笔记类型

美食类及家居类笔记为主，结合安装干货进行推广，标题与消毒柜来提高关键词下内容占有率

笔记信息



干货|终于解决我家精装修埋下的雷!厨房篇 FOTILE 方太

做强做大的蒋小姐 | 腰部达人

2021-08-26 14:16:16发布



超美味的咖喱土豆肥牛饭&厨房餐具收纳 FOTILE 方太

此次野花金子 | 头部达人

2021-09-08 21:46:12发布

数据更新时间: 2021-09-15 07:29:57



提升厨房幸福感电器 | 超实用的消毒柜!! FOTILE 方太

阿末的美食日记m | 头部达人

2021-09-13 17:16:26发布

数据更新时间: 2021-09-15 12:44:31

家装类

美食类

家装类



消毒柜有没有必要安装在小户型的家

林小厦 | 腰部达人 | 2021-08-21 20:08:45发布

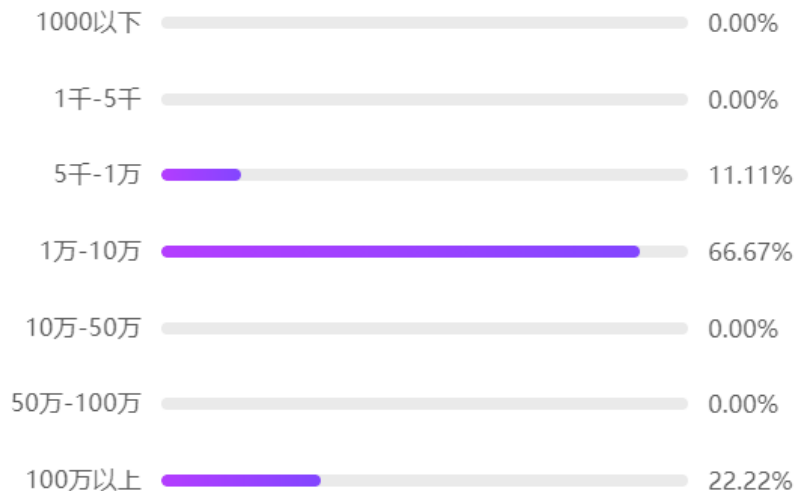
消毒柜 小户型 洗碗机 方太怎么样 餐具 工作 储物 台式

数据更新时间: 2021-08-26 17:09

达人类型

腰尾部达人为主
达人类型集中在家居及美食
对标人群为家装人群

达人粉丝量级分布



竞品分析 | 方太

产品卖点

产品为嵌入式。卖点集中在高颜值，脉冲式无臭氧消毒，消毒时长短，容量大

我家的方太脉冲快消毒柜

不同于市面上的臭氧（存在臭氧泄露风险）、高温（塑料餐具不能进入）、紫外线消毒（死角太多不能全面消毒）

它采用的是脉冲强光全光谱sha菌，全方位的渗透，利用发射出来的白色光线成立脉冲式360°照射，破坏细胞导致💧死光光~

消毒更快，能耗也很低，不会有臭氧的味道还不含汞哦!!

***级消毒等级 像幽门螺旋杆菌，骨髓灰质炎等顽固的💧统统消sha，除菌率高达99.9%

有多种模式选择👍

日常打开净味消毒它，只需要45分钟就能完成消毒烘干，要知道市面上的消毒柜都是90分钟以上才能完成工作哦

还有快洁模式50分钟就可以工作完~

人来太多怕饭菜凉还可以使用暖碟模式，这样菜就不会冷掉哦👍

家里的🍷🍴都能放进去，空间划分很合理 上下大小的设计满足放置需求，还有可移动的筷子盒🍴能放汤勺刀叉~

有了它在家安全又放心，是我家离不开的好物没错啦!

转化链路

内容+信息流投放+品牌专区

方太消毒柜

全部

用户

商品

方太旗舰店

进店



高能气泡洗

#厨房万种想象

制冷油烟机

综合

最热

最新

视频

图文



生活的万种想象 #生活的万种想象 看了很多最终...

怎么了

1



vlog/贴心的爱/惬意早餐/家务清洁 🍀 12月有点忙...

恩俊妈 Enenbaby

248

竞品分析 | 大宇

搜索“大宇”关键词，4W+篇笔记，200+件商品，“大宇消毒柜”500+篇笔记，4件商品

笔记类型

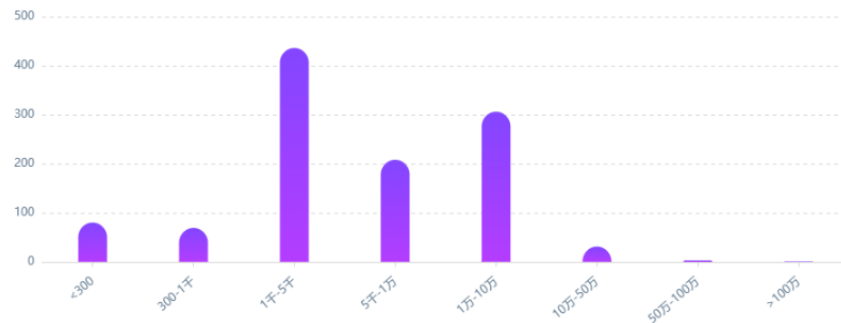
测评类及母婴好物类笔记为主。少量家装电器。内容维度多，同时配以场景化表达，将内容与带娃日常结合。



达人类型

腰部尾部达人为主
达人类型集中在家居及母婴类
对标人群为家装及母婴人群

种草达人粉丝数量级分布



竞品分析 | 大宇

产品卖点

高颜值，紫外线烘干，大容量，无死角消毒。卖点与场景链接，用奶瓶消毒必备好物作为主要输出点，增加记忆点

索性换了一台 这次有了-定的经验 我选择了大宇紫外线消毒柜

外观方面

颜值真的戳中老母亲的心，颜控必入啊！莫兰迪色真的太清新太好看了

功能方面

内胆是 8K 不锈钢消毒时 360 度衍射无死角上 10 颗灯珠瞬间消灭 无汞灯珠也更适合宝宝使用

不伤奶瓶奶嘴

12 小时无保管，每 1 小时紫外线消 1 分钟

循环工作，避免二次污染，给宝宝心更好的呵护

设计方面

容量有 22L 一次可容纳 12 个奶瓶

足够日常所需，一天消毒一次就够了

层架是可以拆卸，大大提高了空间使用率

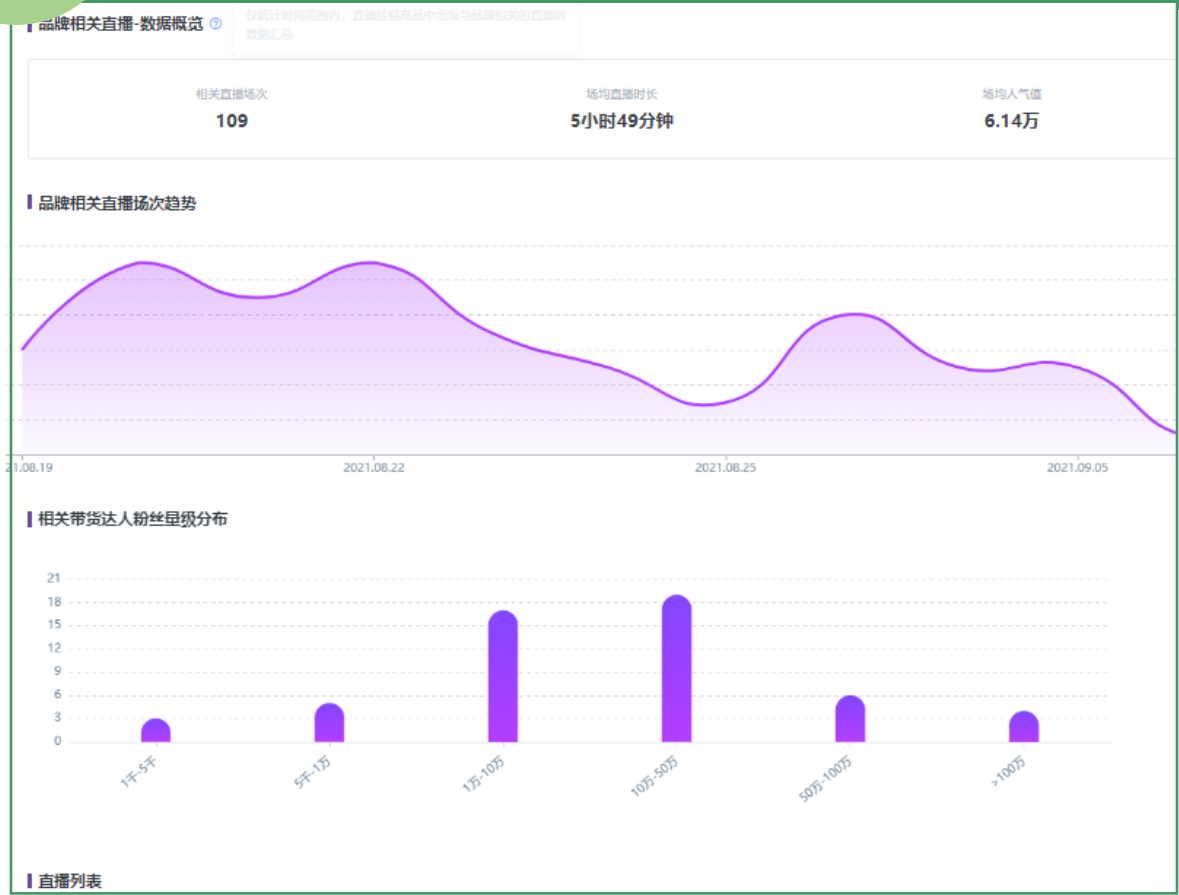
自带的红外线感应灯开门就亮，方便夜间取物，很贴心

一键操作，老人家也会使用

背后的过滤网是可抽取的，

转化链路

通过中部达人进行直播转化

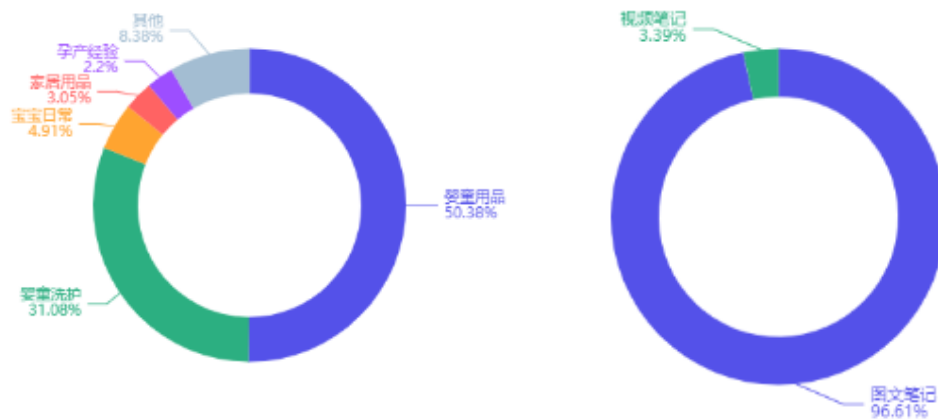


竞品分析 | 可优比

搜索“可优比”关键词，2W+笔记，20件商品 “可优比消毒柜” 关键词，1900+篇笔记

专注于母婴用品，母婴好物推荐等种草向笔记。对标核心受众。图文笔记为主。

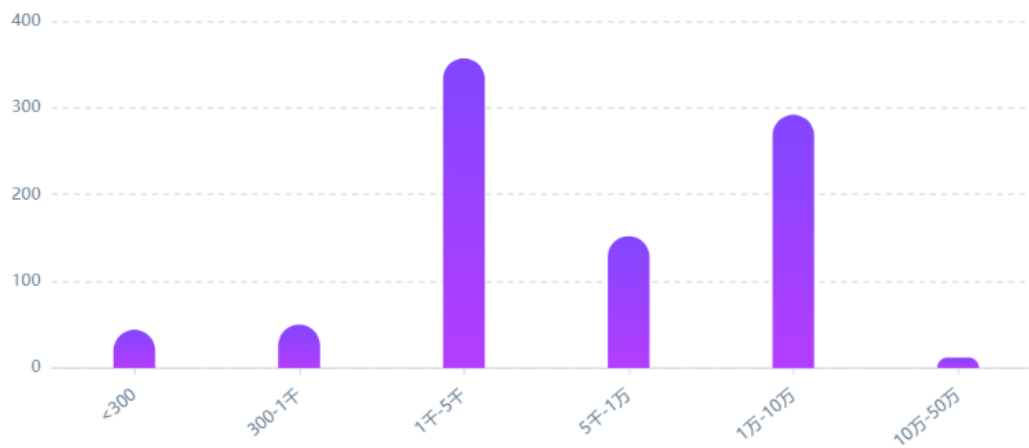
笔记
类型



达人集中在尾部达人及KOC。达人类型高垂直于母婴。但低量级的达人策略无法较快提升内容曝光及品牌声量

达人
类型

种草达人粉丝数量级分布



竞品分析 | 可优比

主 推 卖 点

主打多功能和自动消毒技术
辅助卖点为大容量。
差异性不明显

我看中的就是它家这款消毒柜可以360度无死角消毒杀菌，实力杠杠滴！这还是多亏了用的飞利浦紫外线灯管，有权威检测过，这杀菌率都有99.9%呢！可以把细菌杀个片甲不留。

而且，这个宝宝消毒柜功能蛮多的，集消毒、杀菌、烘干于一身，因为要是只有消毒杀菌功能的话，还得自己另外把奶瓶拿出来晾干，费时间之余也怕会有细菌跑到里面去。现在可以边消杀边烘干，我也不再用花钱另外买个烘干机，省钱还省钱诶～

自从有了这个消毒柜之后，我就养成了每天给宝宝用品消毒杀菌的习惯。每次就把两个宝宝用过的奶瓶，餐盆统统放到里面去，也幸亏这消毒柜的容量够大，两个宝宝的东西也完全hold得住。不用的时候就放在里面，还能24小时卫生保管，每2小时自动消毒一次，全天都不用管。

不得不说，这种紫外线消毒柜真是太省心了，我都后悔没有早点入手。集美们，强烈推荐啊！

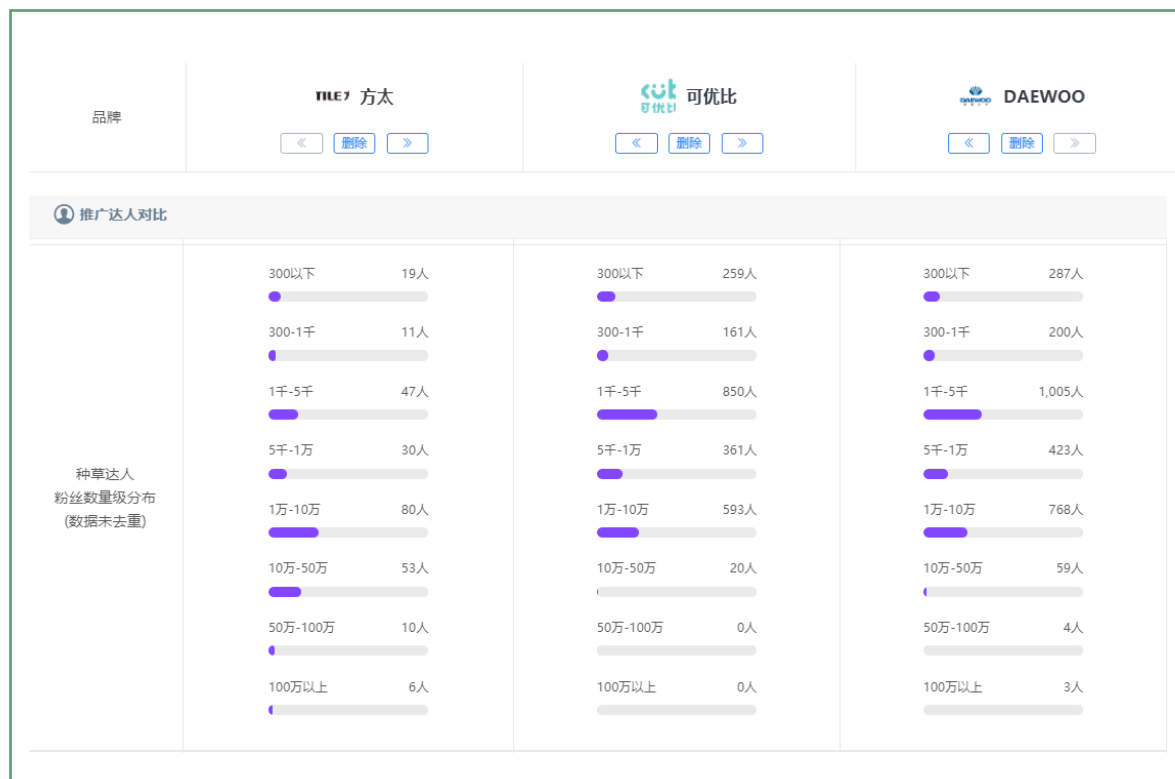
#可优比消毒柜

輿 情 维 护

“可优比消毒柜”品牌品类关键词下，负面内容占据前三，輿情维护不足。



·可优比内容上**投放更为精准，图文较多，集中在母婴圈层，中和性价比及传播效果**。但舆情维护不足，“可优比消毒柜”关键词下存在负面内容。



竞品分析 | 康宝SUMMARY

优势·STRENGTH

- 消毒柜**品类赛道独特，人群对标强**
- 背书强大，消毒柜具有较好的专业性

劣势·WEAKNESS

- **站内普及度不高**
- 笔记沉淀数量较少，布局晚

机会·OPPORTUNITY

- **借此强化消毒柜品类认知，高度契合小红书重塑“生活观”的媒体调性**
- 竞争并未白热化，各家平分秋色

威胁·THREATEN

- 对家入局早，笔记数量积累多，曝光概率更高
- 搜索页面千人千面，极难做到全站垄断地位

Canbo 康宝
— 引 领 健 康 新 生 活 —

PART
04

传播策略

C O M M U N I C A T I O N

S T R A T E G I E S

针对上述现状，康宝在小红书平台应该如何做？

CORE STRATEGY

抓住她的

“WOW MOMENT”

WOW, 是我喜欢的达人

目标受众精准定向

一二线城市 | 精致人群 | 达人粉丝等

WOW, 是我钟意的风格

用户有点击欲的素材

醒目的视觉 | 吸睛的标题 | 种草的文案

WOW, 是我想要的东西

契合痛点的卖点主张

产品的颜值 | 质量 | 功能 | 使用场景

立式消毒柜卖点梳理

卖点维度	颜值超高，外形酷炫	全面消杀，无菌储藏	人性化体验，暖心暖胃	超大容量，随心安放
卖点阐述	数字全面显示屏，动感大屏，上下双光感灯，黑色高级感表面，是消毒柜也是艺术品。	国家权威检测机构杀菌率达99.99%，二星级消毒，可杀顽固性病毒细菌。每隔4小时一次消毒，24h贴心守护，随用随拿。	上层中温烘干保洁，照顾不耐温餐具，下层全方位高温125度，高聚能灭菌无死角；升级暖盘功能，40度循环暖温，让家人时刻吃上热菜	大容量设计，科学高度轻松放置各种餐具/生活用品；各类架层可调节选择，物品随心摆放。
噱头型卖点 *标题或正文靠前露出吸引用户点击	是消毒柜也是艺术品 消毒柜届的 <u>【颜值天花板】</u>	全方位消杀服务 为全家提供安全感的 <u>【家庭消防员】</u>	细节人性化 贴心使用体验 消毒柜届的【派大星】	是容纳全家人日常生活用品 <u>【消毒柜pro max】</u>

台式消毒器卖点梳理

卖点维度	高颜值	三重消毒	大容量	人性化自动操作
卖点阐述	MINI小身材，小巧不占地，多场景摆放不违和；科技感造型，小但不失高级感	紫外线+360度臭氧+75度烘干 国标一星级消毒标准； 灭菌率达99.99%，专杀幽门螺旋杆菌。	48L大容量，6套餐具轻松装载，多类别用品消毒； 创意层架设计，物品摆放不受限	页面操作简单方便，轻触开启无菌生活； 24小时全自动托管，每隔3小时紫外线和烘干自动消毒工作5分钟，循环24小时
噱头型卖点 *标题或正文靠前露出吸引用户点击	身材XS，颜值XL 消毒柜届的 【minicooper】	全方位消毒，抵御病菌侵袭，安心守护 家庭版【钢铁侠】	看起来小，用起来大 台式消毒柜中的 【巨无霸】	最懂你生活的 智能【贴心管家】

2021Q4小红书传播计划

康宝消毒柜

节奏	铺量期 多类别KOL，打开站内品牌传播声量	爆发期 强种草促进进一步助力转化	平稳期 最优笔记长期维稳
时间轴	10月	11月	12月
内容营销	腰部KOL+KOC 使用场景 使用体验 产品测评 产品科普	头部KOL+KOC 好物分享 测评合集 产品开箱	站内直播 带货主播直播强势种草，直接转化
内容方向	立式 ·立式消毒柜适合那些家庭？ ·不止能消毒碗的消毒柜 ·消毒柜横评结果	·必须购买的“大体型”家电合集 ·适合三代同堂的好家电推荐 ·消毒柜一定要选大容量	·双十一战利品晒单，你都买了些什么？ ·用立式消毒柜的第三个月，生活有什么变化
	台式 ·一家三口的居家健康有保障啦 ·小户型厨房必备小家电	·宝妈必备的好物分享 ·高颜值开箱 洗眼睛视频	·台式消毒柜使用体验分享 ·专门为宝宝使用的消毒柜
广告形式	信息流	SEM+信息流	SEM

KOL推广策略

KOL铺排策略

铺量期

(预算占比: 20%)

爆发期

(预算占比: 65%)

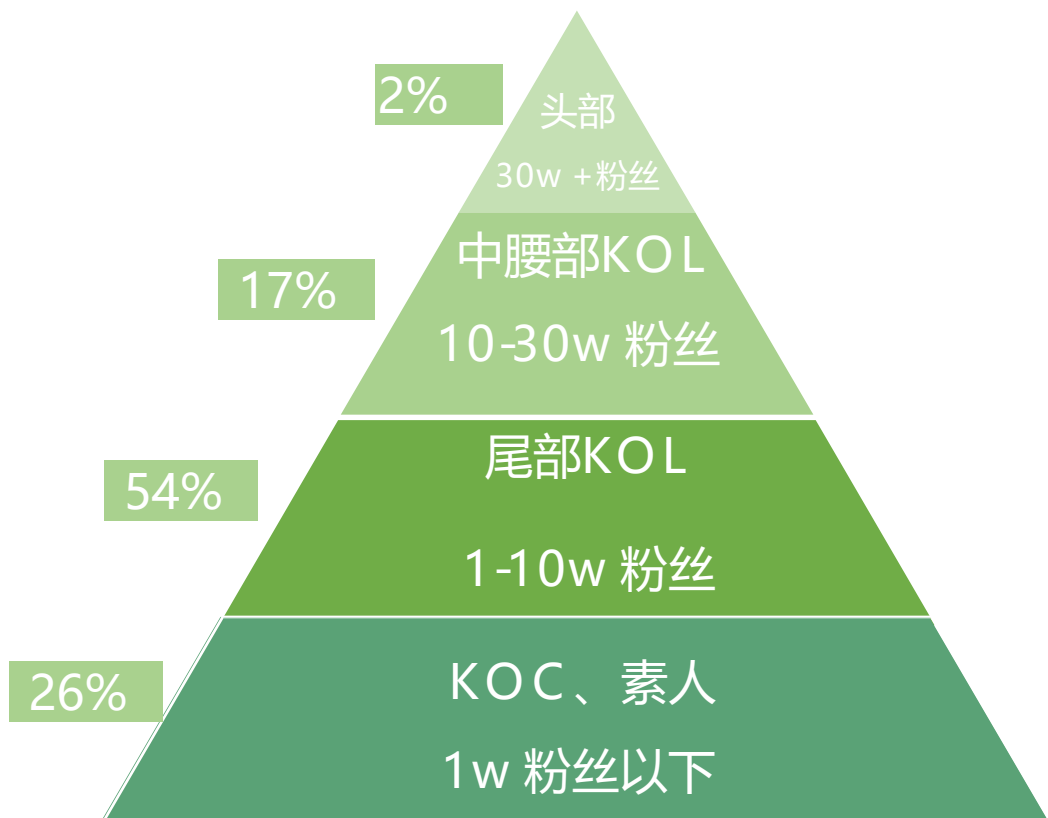
平稳期

(预算占比: 15%)

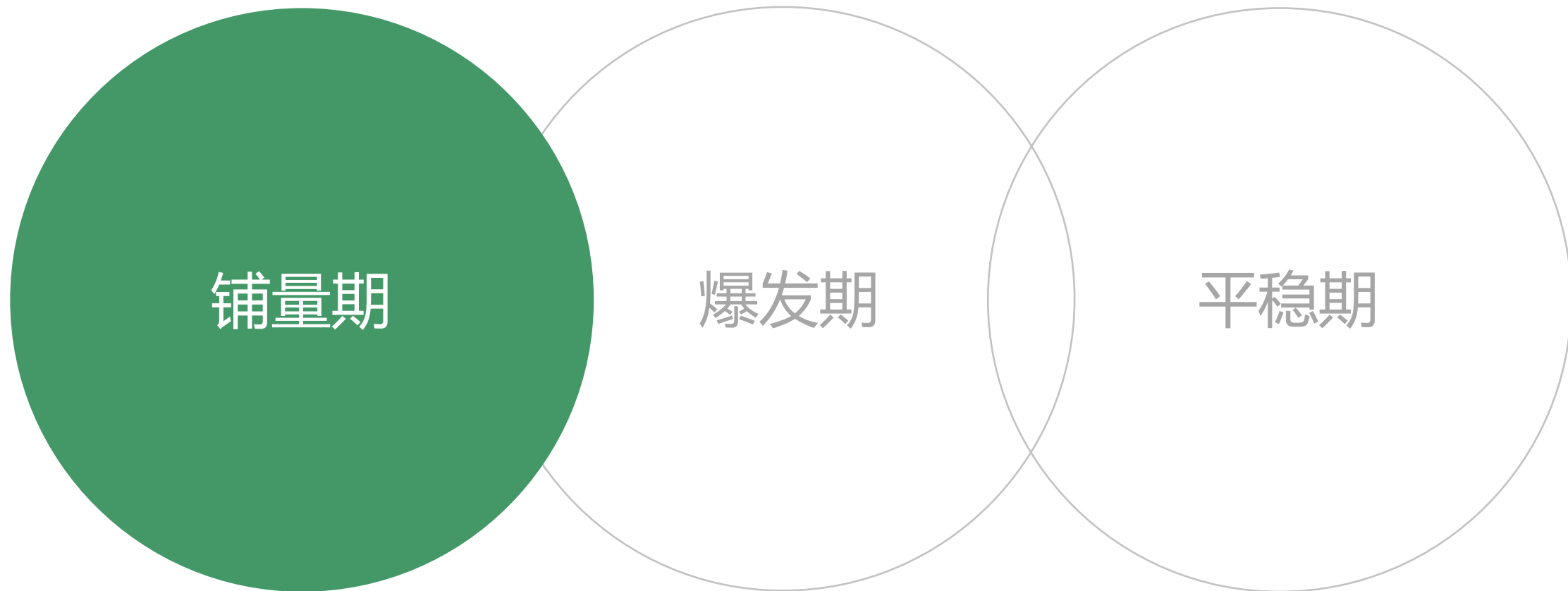


基于康宝消毒柜目前在小红书的笔记较少，缺乏高质量、高互动内容，因此我们布局KOL矩阵时，以输出KOL高质量笔记为主，头部+腰部侧重品牌打造，尾部辅助口碑种草，KOC注重声量铺垫。

KOL铺排策略



达人量级	参考报价	预计合作数量	预估曝光	预估阅读	预估互动
头部	5-10w/个	1	90w	7.5w	5k
中腰部	1-5w/个	8	360w	24w	1.6w
尾部	5k-1w/个	25	380w	26w	2w
KOC	3k-8k/个	12	96w	7.2w	6k



KOL类型搭配策略

体验测评类



生活家居vlog类



科普类



针对康宝消毒柜产品，搭配家电测评类/生活家居vlog类/科普类达人，通过不同方式输出产品卖点

立式消毒柜笔记选题规划——产品体验测评

头 图 参 考

推广产品

康宝立式消毒柜

靶向人群

多 口 之 家

内容偏好

专业型 | 实用型

KOL类型

测 评 类

笔记类型

产 品 体 验 测 评

卖点层级

功能全 > 颜值高

真人出镜讲解+视频封面用花字突出“消毒柜”“怎么挑选”“测评”等关键词



标题示意一：消毒柜测评 | 康宝这款新品，简直是人性化之光！

标题示意二：消毒柜性价比之王测评，装修小白必看！

台式消毒柜笔记选题规划——产品科普

推广产品

康宝台式消毒柜

靶向人群

三口之家 / 宝妈

内容偏好

专业型 | 实用型

KOL类型

家电使用指南

笔记类型

产品卖点解析

卖点层级

功能全 > 颜值高

头图参考

笔记封面用花字突出“消毒柜”“怎么用”“哪里好”等关键词



奶粉宝宝必备 小白熊婴儿奶瓶消毒柜
我家宝宝很小时就开始瓶喂了
每天最头疼的事情就是洗奶瓶
用了洗洁精刚好多遍感觉都洗不干净
凑近一闻，就有那种奶馊了的臭味



家居测评 | 刚需绝不踩雷！！宝藏消毒柜分享
前段时间过年因为姐姐带孩子回家过年，就寻思着买一款比较适合宝宝的消毒柜，毕竟孩子用品要更用心～挑选了很久最终选了康宝家的消毒柜，这款产品用了一段时间后直呼良心，刚需不踩雷，很实用不会



标题示意一：刚需不踩雷，宝藏消毒柜分享

标题示意二：闭眼入厨房好物！康宝消毒柜

铺量期

爆发期

平稳期

KOL类型搭配策略

母婴类



好物分享类



开箱类



针对康宝消毒柜产品，搭配母婴类/好物分享类/开箱类达人，通过不同方式输出产品卖点

立式消毒柜笔记选题规划——产品开箱向

推广产品

康宝立式消毒柜

靶向人群

多口之家

内容偏好

种草型 | 高颜值

KOL类型

开箱类

笔记类型

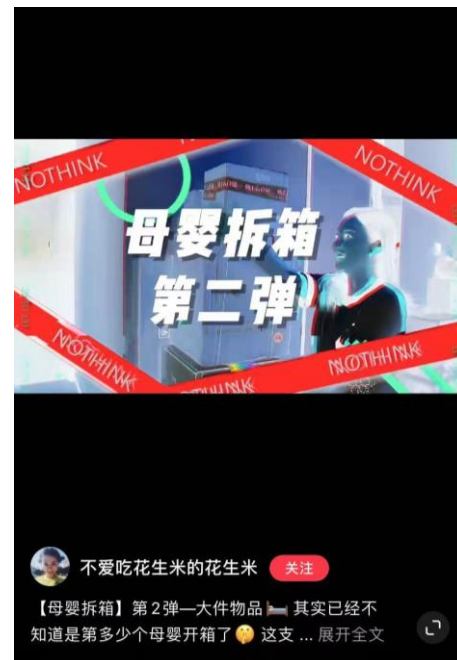
产品开箱展示

卖点层级

功能全 > 颜值高

头图参考

真人出镜讲解+视频封面用花字突出“双11开箱”等关键词



标题示意一：双11家居好物开箱，康宝消毒柜好用吗？

标题示意二：双11必buy清单，康宝消毒柜

台式消毒柜笔记选题规划——好物分享向

推广产品

康宝台式消毒柜

靶向人群

三口之家 / 宝妈

内容偏好

种草型 | 高颜值

KOL类型

好物分享类

笔记类型

产品合集种草

卖点层级

颜值高 > 功能全

头图参考

视频或图文封面用花字突出“双11囤货”“双11好物分享”等关键词



★ 双十一母婴囤货指南！
双11马上就要来啦，预产期12月的宝妈们，准备的怎么样啦？分享下我给宝囤的一些东西，坚持自己的原则，只买对！！不买贵！！



宝宝消毒柜-沃夫博士消毒柜
去年双11购买的~ 用来消毒宝宝奶瓶 安抚奶嘴
现在宝宝7个月了 用来消毒 辅食碗 辅食勺 辅食工具
牙胶..22L容量刚好可以收纳消毒宝宝日常用品 ✨
偶尔还用来消毒宝宝玩具 🐭 米老鼠的造型真是太喜欢
啦 😊 质量当然也非常好啦 消毒时候超级静音 不会打

标题示意一：双11母婴囤货指南！宝妈们看过来

标题示意二：二胎妈妈双11好物推荐，康宝消毒柜

KOL站内直播带货

双十一即将迎来我们最大的一波增长红利

前期通过小红书达人种草
已为我们蓄积一定的声量和口碑

小红书直播商业正在受到大力扶持

时机成熟

天时

地利

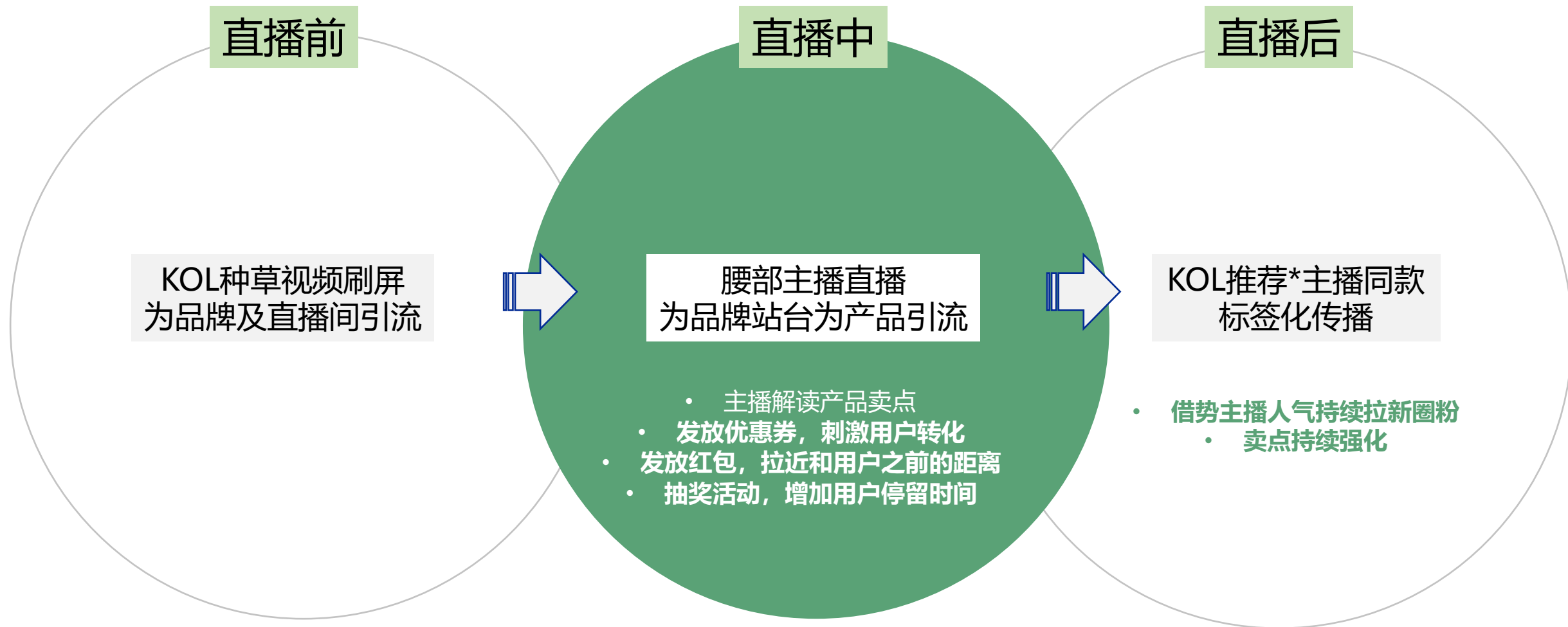
快速引爆

直播促转化

人和

直播，以最直接的方式促进电商转化

双11康宝消毒柜“速爆”策略

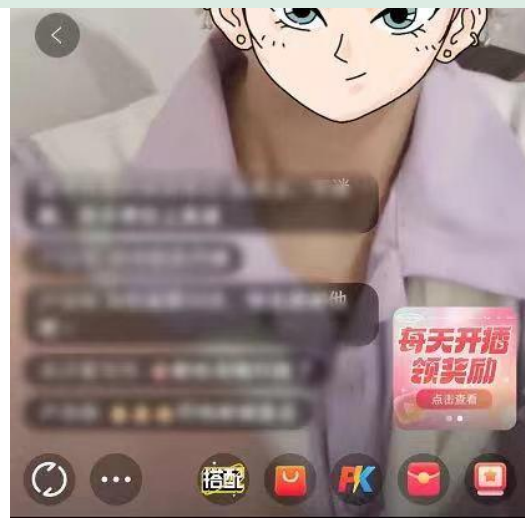
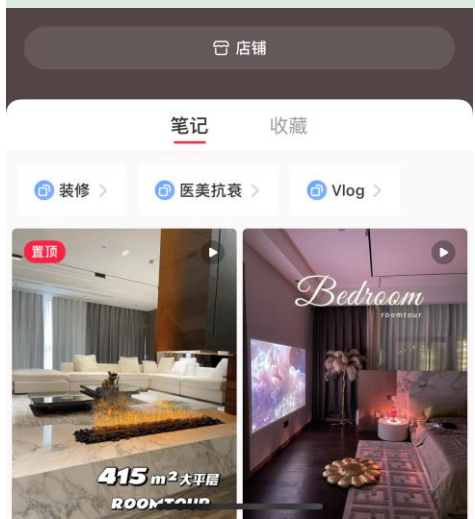


KOL站内直播带货

直播间流量来源——公私域流量

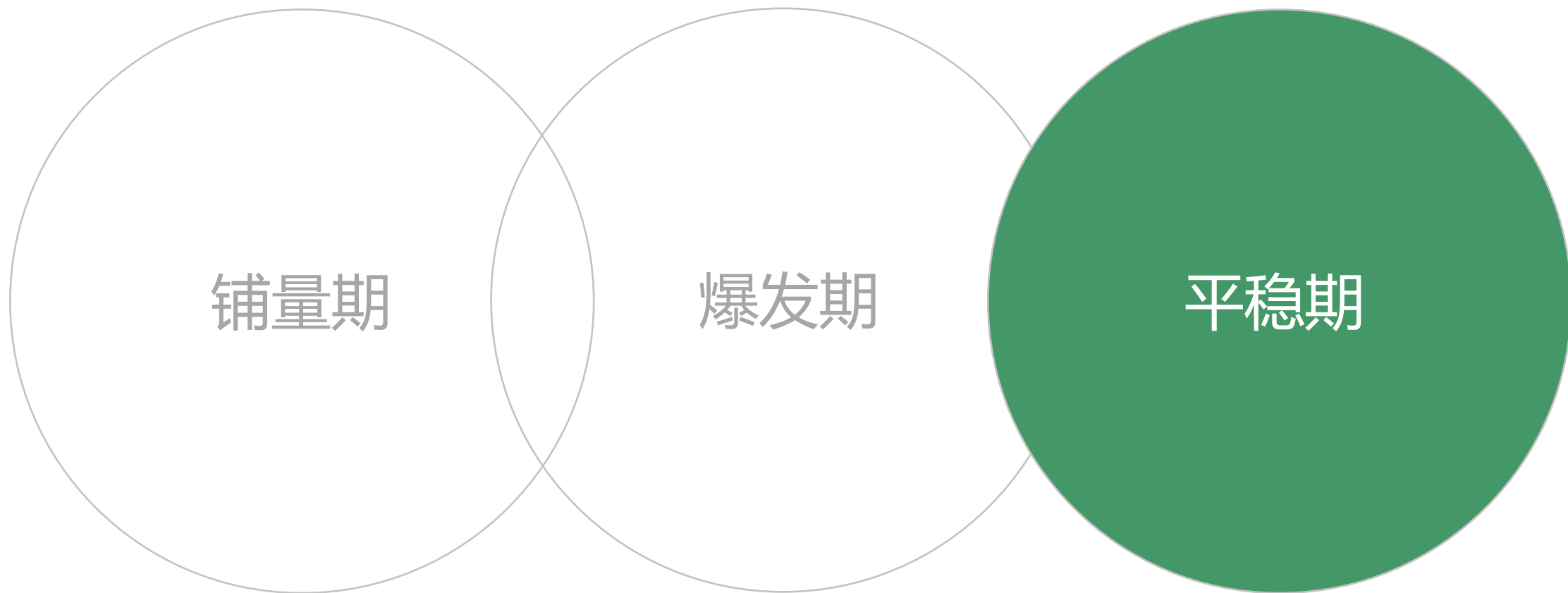


私域流量



公域流量





KOL类型搭配策略

好物分享类



生活家居vlog类



母婴类



针对康宝消毒柜产品，好物分享类/生活家居vlog类/母婴类达人，通过不同方式输出产品卖点

立式消毒柜笔记选题规划——使用场景向

推广产品

康宝立式消毒柜

靶向人群

多口之家

内容偏好

种草型 | 高颜值

KOL类型

生活 vlog 类

笔记类型

产品氛围感种草

卖点层级

颜值高 > 功能全

头图参考

高颜值家装+精致调性视频，头图用有设计感字体突出“vlog”等关键词



标题示意一：两人居vlog | 是什么让我们的幸福感持续升温？

标题示意二：家居vlog | 自从有了这些好物，每天都不想出门呢！

台式消毒柜笔记选题规划——晒单分享向

推广产品

康宝台式消毒柜

靶向人群

三口之家 / 宝妈

内容偏好

专业型 | 实用型

KOL类型

好物分享类

笔记类型

产品晒单分享

卖点层级

功能全 > 颜值高

头图参考

封面用花字突出“晒单”“回购”等关键词



新入手的家居好物 🎧 双11晒单第一波

标题示意一：新入手的家居好物，双11晒单第一波

标题示意二：双11战果购后笔记，集美们快来抄作业



信息流推广策略

效果规划

	测试期	铺量期	爆发期	平稳期
目标	测试素材与核心定向	多场景触达目标用户	拉新与转化	维持声量以及品牌热度
时间	10.5-10.12	10.13-10.20	10.21-11.12	11.13-12.30
策略	测试出优质素材以及人群定向，为后期放量准备	通过优质素材投放，快速打造爆文，提升用户认知	加大投放力度，抢占优质流量 搜索占位以及收割	保持日常投放，以及开发更多风格素材多维度触达平台用户
考核	点击成本 点击率	点击率 互动成本	渗透率 站外品牌搜索	点击成本 互动成本

信息流规划

测试期

- 人群定向

性别：女

年龄：25-34

地域：不限

兴趣：【母婴孕产】【家居家装】

- 出价策略

笔记测试期出价高于0.3元，获取优质流量进行测试，后续根据效果优化。

- 时段策略

选择全天/12:00-14:00，18:00-0:00/10:00-24:00多时间段进行投放测试

铺量期

- 人群定向

性别：女

年龄：25-34

地域：不限

兴趣：【母婴孕产】【家居家装】

根据笔记风格拓宽定向

- 出价策略

根据测试期的数据进行出价调整，对优质笔记倾斜预算。

- 时段策略

根据测试期数据反馈，选择最优时间段进行投放，节假日全天开启。

爆发期

- 人群定向

性别：女

年龄：25-34

地域：不限

兴趣：根据笔记数据反馈，保持最优定向投放

- 出价策略

搜索根据预算尽量占据有利广告位，信息流根据CPM以及CTR实时调整出价。

- 时段策略

优质笔记全天投放，测试期笔记热门时间段投放。

平稳期

- 人群定向

性别：女

年龄：25-34

地域：不限

兴趣：【母婴孕产】【家居家装】

- 出价策略

搜索保持核心产品词的有利广告位，信息流根据笔记数据调整出价，优化CPC。

- 时段策略

优质笔记热门时间段投放，测试期笔记黄金时间段投放。

搜索规划

策略

品类词

对于产品有需求

场景词

生活场景有覆盖

品牌词

对于品牌有认知

竞品词

产品与产品之间
有对比

问题词

对产品有研究

目标

重点投放

垂直人群抢量
抢占13/23/33广
告位

产品内容种草
低成本覆盖

品牌声量
守住品牌词
广告位首位

辅助投放
抢夺竞品流量

辅助投放
解决目标人群
疑问

比例

55%

20%

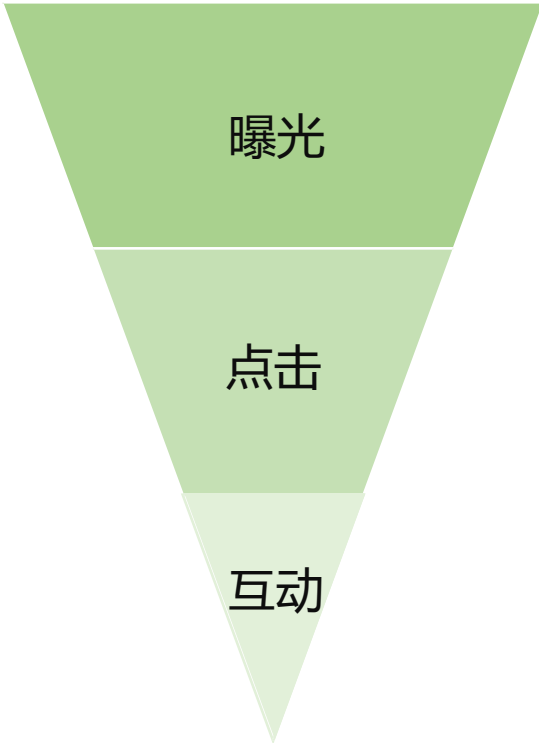
5%

10%

10%

投放优化逻辑

笔记型广告转化漏斗



优化目标

提高展现量
尽量多的影响目标人群

吸引用户关注
获取更多的点击量

影响用户的种草心智

优化步骤

曝光优化

点击优化

互动优化

预祝商祺