



Ubras X Red

CPC助力品牌超级品牌日营销案例

2020.08

项目概览

- 品牌名称：Ubras
- Showcase：Ubras品牌超级品牌日营销案例
- 参选奖项：效果营销奖
- 案例投放时间：效果广告78双月持续投放，8.15超级品牌日发力
- 内部参与人员：商业生态客户部-运营二组（波雅/索娜）
- 收入及成本支出：效果广告消耗对比上一个双月同比增长808%，78双月消耗总计约80.9万元，8.15超级品牌日当日消耗5.3万元，项目成本为0
- 客户背景、营销目标以及具体实施过程请详见PPT介绍
- 投放成果：请详见PPT最后part

***PPT内数据涉及客户账户隐私，仅限内部参考，请勿外传**

目录

1. Ubras小红书生态分析
2. 运营策略拆解
3. 达成效果展示



小红书

Ubras品牌定位+市场情况

专注“舒适好穿”的内衣品牌



追求生活品质的女性群体

顾客画像与小红书站内用户非常匹配，品牌渗透容易



强调舒适，无尺码黑科技

自创无尺码90-130斤都能穿的无痕工艺，四面高弹力



价格定位中端市场

主打内衣维持在120-200元价位对消费力高的小红书用户普适



客户合作目标

- 产品种草，提升品牌产品知名度
- 拉新获客，并进一步通过客户传播品牌
- 获得更高的利润



竞对平台情况

- 主要销量平台：天猫（95%日常销量），天猫内衣品类TOP1商家，月销售上亿
- 主要投放平台：抖音（看重即时转化）、B站（看重即时转化）、天猫直播



我们的理解

客户瞄准小红书的精准用户群体，希望在小红书站内做到全平台渗透，打造小红书TOP1内衣品牌，做到品效合一

小红书

Ubras客户需求拆解

核心需求

需求分解

目标聚焦



提升品牌产品知名度

- 更多的社区优质内容
- 加大企业号内容曝光



拉新获客

- 快速触达小红书潜在客群
- 提升店铺新客占比
- 提升新增加购人数
- 提升手淘搜索量

**扩大品牌声量：
渗透小红书站内精
准用户品牌认知**



获得更高的利润

- 提升竞价广告效率
- 提升小红书店铺流量&销售
- 带动全网销量

**提升销量：
品效合一，提升转化**

目录

1. Ubras小红书生态分析
2. 运营策略拆解
3. 达成效果展示



小红书

扩大品牌声量 —— 打造社区认知

重点聚焦

运营策略

方法指引

社区内容铺设

笔记内容指导

内容矩阵铺设

企业号打造

主题选择

提高用户阅读体验

笔记的跟踪与维护

素人/KOL/明星笔记推广矩阵

KOL/明星直播

转载明星/kol/用户素材，二次发酵

企业号直播

配合活动加粉

小红书

提升销量 —— 流量转换

重点聚焦

运营策略

方法指引

竞价广告

提升获量能力

提升转化效率

不断产生新笔记素材

优化人群选择，扩大适配面

提升CTR

提升笔记赞藏互动、加粉

提升站内销售ROI

提高品牌词相关搜索量

配合直播提高广告ROI

小红书

Ubras运营策略

社区内容铺设

内容矩阵铺设

+

企业号打造

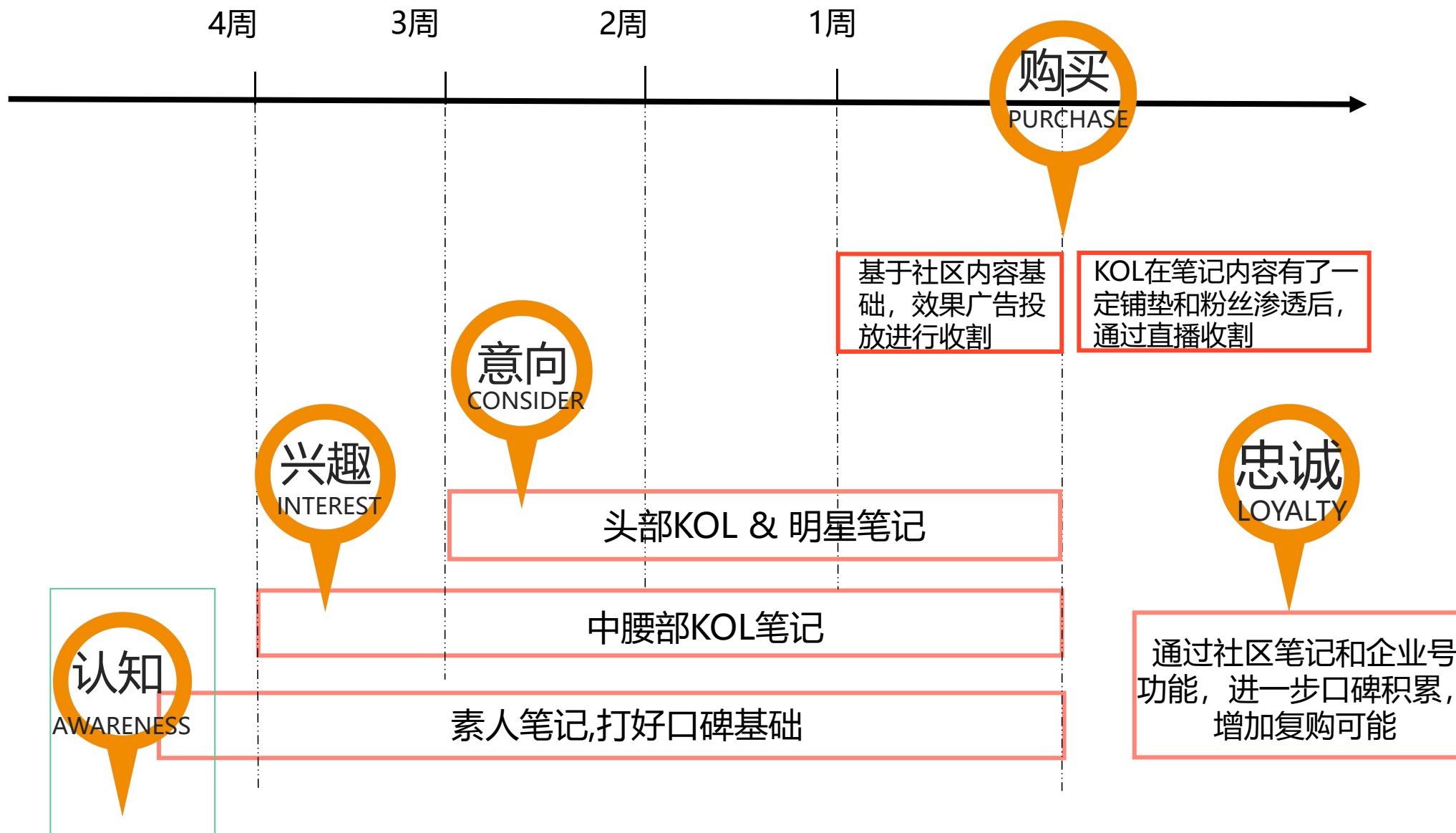
竞价广告

提高曝光点击

+

提高转换效率

内容矩阵铺设——新品笔记推广节奏



小红书

内容矩阵铺设一

明星、KOL、用户分享打造生态+企业号沉淀内容，推广收割

用户侧

品牌背书

+

流量价值

明星/KOL

(粉丝基数较大的明星/品牌合作人)

1. 利用其粉丝基础，扩大曝光范围
2. 为品牌背书
3. 在粉丝有一定的品牌认知基础上，结合直播，进行最后销售收割

内容价值

KOC

(垂直领域创作者)

1. 没有粘性粉丝，流量没有保障，可为品牌增加用户声量
2. 可提供优秀、符合小红书用户喜好的内容

品牌侧

品牌内容资产&粉丝沉淀

优秀内容转载到企业号二次发布

+

沉淀品牌号粘性用户

1. 利用其对垂直领域内容的了解程度，解决品牌内容创作“质和量”的难题
2. 建立小红书站内品牌营销阵地，沉淀内容资产和用户资产，为私域转化（直播、私信等）做好基础

小红书

企业号打造—行业热点+专属概念+贴近用户的真实分享

利用行业热门搜索词作为笔记主题
嵌入产品特色无尺码内衣

头图关键词踩点精准，口语化标题吸睛



居家懒宅运动必备装备



🍷初秋穿搭，教你做甜美文艺范女孩儿🍷



这个无尺码内衣真的太好穿了！大🍑必备啊



干货分享 | 关于胸部你应该知道的3个常识



今年的内衣居然都被这个牌子承包了??



欧阳娜娜没有骗我！这内衣穿上就脱不下来！

热门搜索词

运动内衣

秋季穿搭

大胸显小

标题干货向

语气强化引起共鸣

借助代言人
获得更多关注

小红书

积累企业号粉丝-为企业号私域运营、直播转化打基础

将企业号作为小红书的营销阵地，不断通过优质内容吸引目标用户，结合定期促销活动将用户沉淀在企业号上。**每次的促销活动，都有自然粘性用户参与消费**，提升长期推广效果。

粉丝趋势

2020-05-01 ~ 2020-08-31 | 最近7天 | 最近30天

粉丝数据概览

60,840

总粉丝

+4151
较上周

18,917

新增粉丝

+161.3%
环比

2,404

流失粉丝

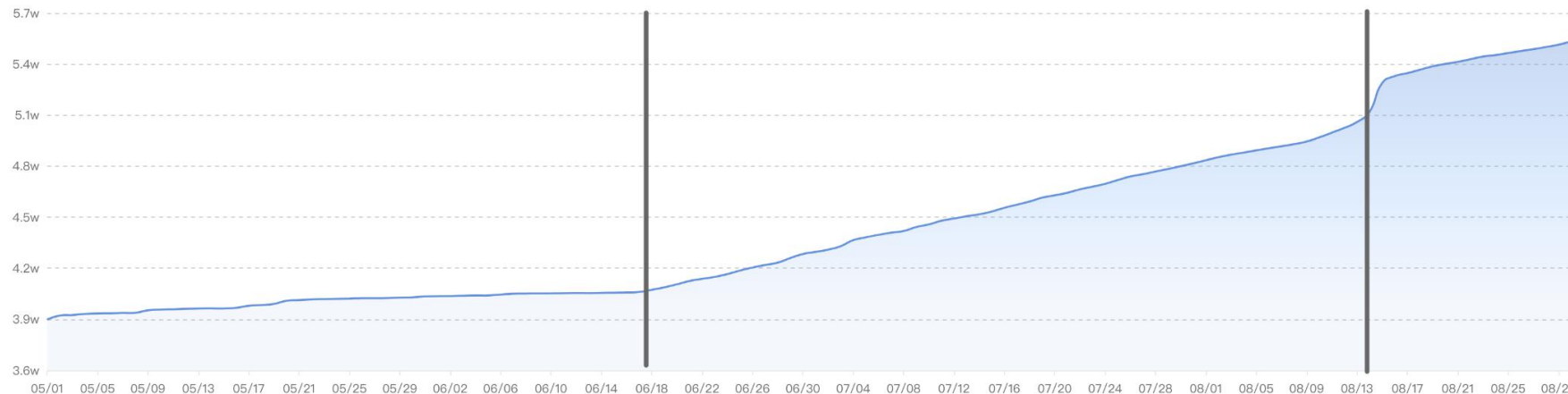
+53.4%
环比

粉丝趋势图

总粉丝 新增粉丝

稳定日常投放

超级品牌日爆发



小红书

Ubras优化方向

社区内容铺设

内容矩阵铺设

+

企业号打造

竞价广告

提高曝光点击

+

提高转化效率

从产品的核心词出发，在保证效果的情况下，尽可能多的触打目标客户

第1步：确定产品对应的核心关键词

第2步：站在潜在消费者的角度，设想他们期望在什么样的词下看到这类产品

直接需求词

内衣
无钢圈内衣
舒适内衣
胸罩
...

潜在需求词

胸大
大胸显小
防震
穿搭

直接对标竞品词

内在内衣
焦内内衣
素肌良品
内外内衣...

增加曝光的途径：

- 1.不断产生新内容，通过薯条、信息流测试，并对其中优质的素材加大曝光
- 2.将其中好的笔记内容，根据笔记的内容进行搜索词场景拓展，增加搜索计划，增大搜索曝光

优秀的内容素材是在小红书做营销之本，每月产生不低于200篇的笔记素材，从中人工筛选出质量比较好的笔记进行投放。

提高商品交易量

日常根据兴趣标签/性别/年龄拆分人群测试

- 高转化人群提高出价进行投放
- 低转化高曝光人群降低出价或者底价投放
- 低转化低曝光人群不予投放

大促期间，配合直播提升roi

- 博主合作笔记推广，打造用户心智
- 博主直播预告推广，直播收割
- 企业号自播预告推广，直播收割

销量爆发=CPC广告预热（让尽可能多的潜在用户都看到加深印象）+直播收割

CPC投放策略

1.增加预算:

- 超级品牌日期间，日耗环比上升87%
- 其中搜索笔记环比上升100%

2.增加素材:

- 拔草期信息流每天新增1-2篇笔记
- 搜索每天新增3-4篇笔记，5个商卡

3.拓展关键词&定向:

- 拔草期搜索笔记一共新增400+关键词平均单个单元新增30+关键词
- 信息流笔记针对高点击率的笔记，扩展兴趣定向，甚至拓展到不限

4.提高点击率&出价:

- 拔草期点击单价环比增长20%，点击率环比增长5%

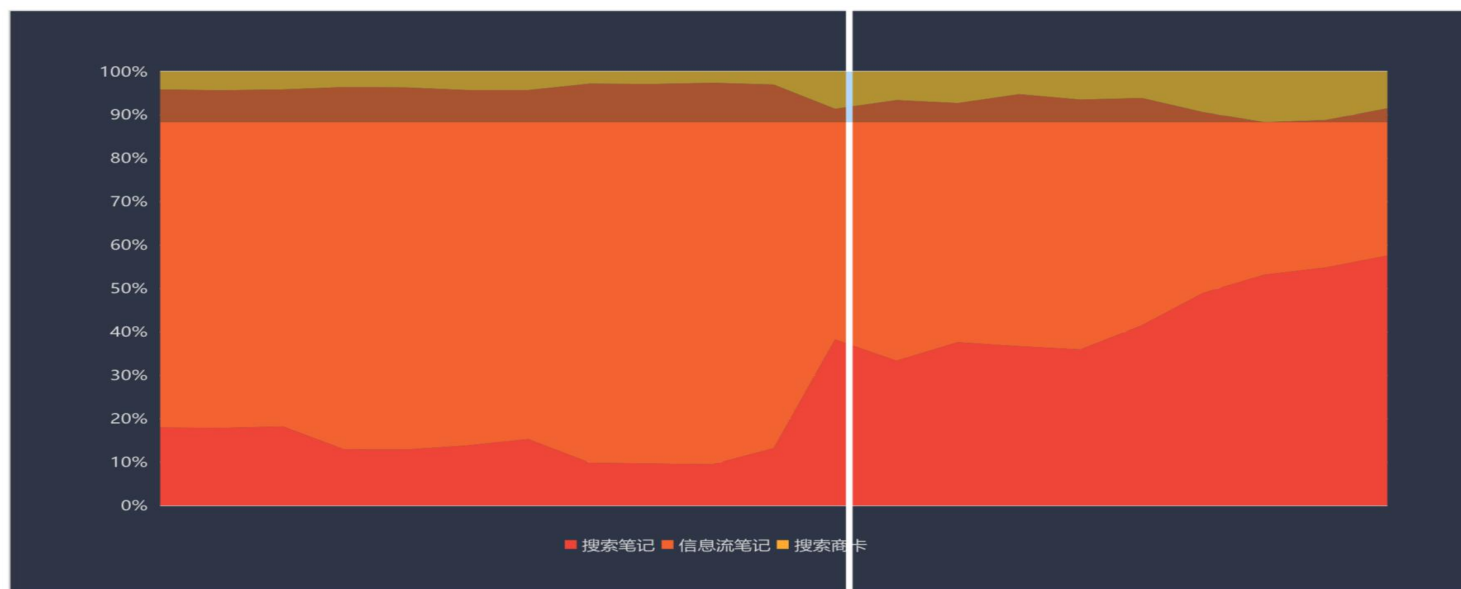
超级品牌日-营销推广节奏

预热期:

信息流消耗占到整体的70%以上, 加深潜在用户对品牌的认知, 产生兴趣并期待大促

大促期:

搜索消耗占比明显上升, 用户主动消费属性明显增强



超级品牌日成绩:拔草期累计品牌广告展现曝光2000+w;拔草期提前预热+大促当日增推500+w精准曝光, 当日站内成交200W+, 其中企业号自播 (0带货佣金) 带来将近20w的成交, 破企业号自播收入最高记录。整体CPC广告**投入产出比与日常翻3倍**。

目录

1. Ubras小红书生态分析
2. 运营策略
3. 达成效果展示



小红书

0.5元以内精准用户点击成本，打造小红书站内最火内衣品牌

品牌
曝光

2个月累计增加曝光**5000W+**
平均点击成本0.4-0.5

品牌影
响力

小红书站内品牌搜索量提升**336%**



站内
转化

超级品牌日小红书站内
当日成交**273万**

站外
溢出

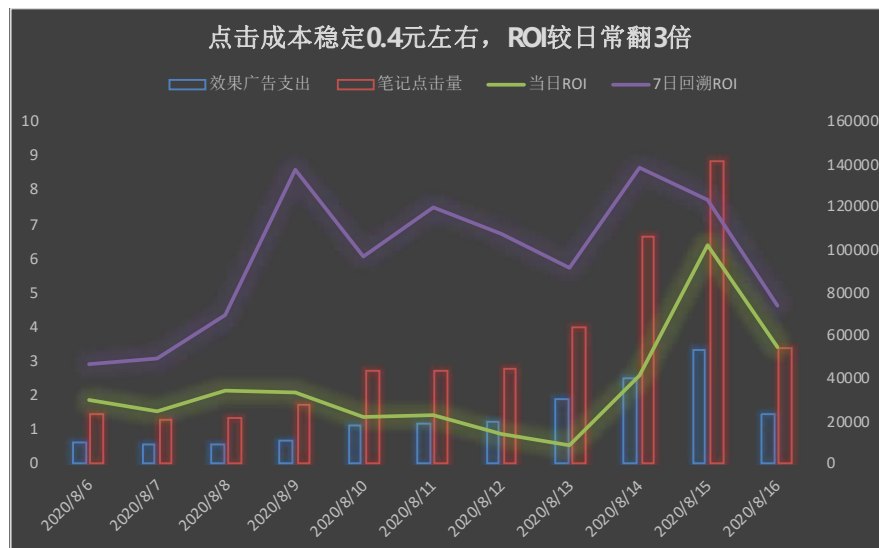
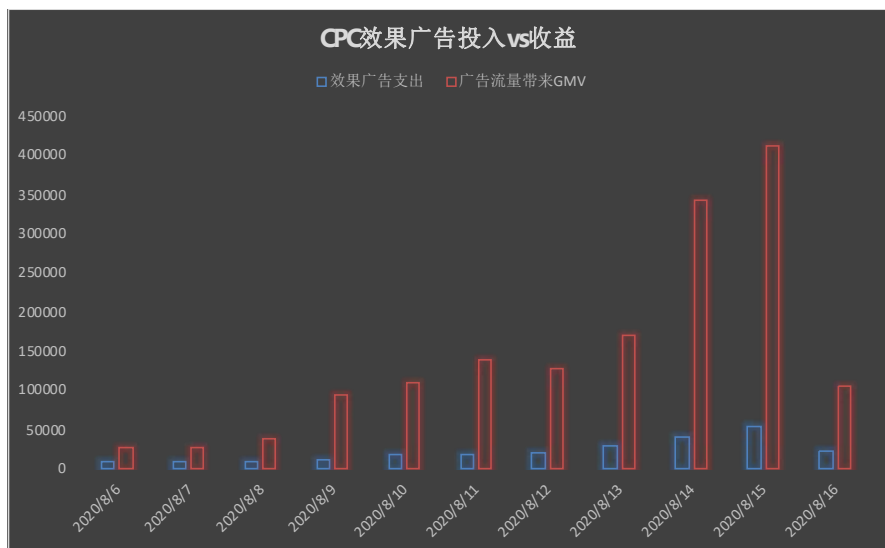
品牌体感**站外溢出**：**站内转化=3:1**
同时吸引了一大部分高消费力的**95后**
年轻用户

小红书

2月内品牌站内搜索量提升336%，实现品牌、效果双丰收

Case：8.15日超级品牌日大促成绩：

Ubras通过CPC效果广告持续加深小红书站内目标人群的品牌认知，两月内开始累计品牌广告展现曝光5000+w；超品日提前预热+当日增推1000+w精准曝光，品牌搜索量较6月底提高336%，配合超品日全天直播，当日站内成交273万。大促期间投入产出比与日常翻3倍，实现品牌种草、效果收割双丰收。



Key Points：

- 笔记的数量、更新频率，是保证在小红书营销战役中有充足子弹供给。Ubras提前2个月开始内容沉淀、铺设、测试，保证在大促预热期已经明确掌握用户的喜好方向，且有足够的目标用户认知度，为大促的销售收割提供了非常好的品牌影响力准备。
- 小红书用户的延时购买行为表征明显，在预热期关注素材点击率、积极引导用户互动，忽略单日ROI。平日单日ROI与7日回溯实际ROI相差2倍；大促期间相差4倍以上。



Thanks