

# 小吉智能迷你滚筒洗衣机PRO社会化传播

- ◆ 广告主：小吉科技
- ◆ 所属行业：家电行业
- ◆ 执行时间：2016.10.14-11.17
- ◆ 参选类别：效果类

# 案例视频

请复制以下链接，黏贴到新浏览器里面观看视频

“小吉智能迷你滚筒洗衣机PRO社会化传播” 案例视频

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMzAzNDU2NTY4OA==.html?spm=a2h0j.8191423.playlist\\_content.5!2~5~5~A&&f=51073541&o=0&from=y1.2-3.4.2#paction](http://v.youku.com/v_show/id_XMzAzNDU2NTY4OA==.html?spm=a2h0j.8191423.playlist_content.5!2~5~5~A&&f=51073541&o=0&from=y1.2-3.4.2#paction)

# 案例视频

请复制以下链接，黏贴到新浏览器里面观看视频

《探访深夜发媿徐老师的私人衣帽间》直播

<https://www.yizhibo.com/l/Sqh6poq0y7XSmiTd.html>

《挑战1000件Bra直播》

<https://www.yizhibo.com/l/xmGI5B9MAwNHSzV1.html>

《挑战1000件Bra直播》——白若溪

<https://www.yizhibo.com/l/xmGI5B9MAwNHSzV1.html>

《挑战1000件Bra直播》病毒视频

<https://v.qq.com/x/page/r03395ynzch.html>

## 行业背景

- 纵观近两年国内洗衣机市场，高端消费和更新换代是行业目前的两大主线。
- 洗衣机产品消费结构的全面提升是2016上半年整个行业发展呈现的特色。滚筒、大容量、高端洗衣机产品市场份额持续攀升，特色品类（如洗烘一体，子母洗、迷你式等）也呈现出明显的增长态势。
- 另一方面，中国洗衣机行业加速洗牌，品牌间市场竞争加剧，小企业生存压力颇大。国内洗衣机市场进入寡头竞争市场阶段。

## 品牌背景

- 小吉科技是一家专注于“智能迷你潮电”的科技企业，2013年创立MINIJ品牌。在此之前小吉已推出3款洗衣机产品，并在米家众筹、京东众筹平台进行首发售卖，收获良好的销量与口碑，近2年品牌销售情况稳步增长。2016年，小吉再次推出MINIJ智能迷你滚筒洗衣机（PRO版）并筹备推广上市计划。
- 纵观此前营销情况，MINIJ品牌虽在洗衣机特色领域市场占有一席之地，却一直未能树立消费者品牌认知。而其他品牌在消费升级驱使下，不断拓展业务领域，相继推出各类迷你洗衣机产品，使整个市场环境竞争进一步加剧。小吉科技树立品牌形象，打造品牌地位迫在眉睫。

## 目标人群

- 小吉智能迷你滚筒洗衣机2.8kg的洗衣容量注定其并非作为一般的家用功能洗衣机使用，而是根据其产品技术的针对性，市场定位**特定人群**。产品主打两大功能卖点“**婴童洗**”和“**Bra洗**”，在技术上可通过APP实现程序的升级、定制，告别了传统洗衣机一成不变的洗衣模式，真正满足个性化的需求。
- 本次营销目标客群定位为 **母婴群体**，以及追求时尚个性、注重生活品质的年轻女性。年龄跨度在22~35岁之间，热爱生活，对新事物感知度高，对美好的事物愿意交流分享，十分有利于MINIJ品牌的传播扩散。

## 创意洞察

### 一个具有话题性的事件加上高关注度的渠道催产出1+1>2的品牌效果

- 小吉智能迷你洗衣机产品虽然符合消费升级下的行业发展趋势，然而在特定领域内缺少品牌记忆点。所以目前极需要制造一次事件，借以引爆话题，带动品牌传播。
- 根据产品目标受众定位分析，该部分人群在接受新鲜事物的同时，也较易接受新的媒体形式。本次营销利用2016年直播渠道红利，将产品核心卖点“bra洗”进行创意延展，借以吸引眼球，通过制造一次事件营销，植入品牌与产品信息，并将所有流量导入到众筹这一新兴平台完成销售转化。一方面树立产品使用消费场景，另一方面借助社交媒体进行传播扩散，辅以口碑测评，实现品效合一。

## 核心策略

- 借助直播红利，制造一场小吉智能迷你滚筒洗衣机 **#挑战1000件Bra直播#** 的病毒事件，将“直播”与“内容”相结合，充分利用多媒体平台的互动性组合，以达到品牌传播、产品销量、消费者口碑“一案多赢”的营销效果。



## 营销目标

提升消费者对品牌的认知与好感度，实现口碑传播和销量的双效合一

- 强化品牌概念，树立消费者口碑，使MINIJ品牌成为智能迷你洗衣机领域的第一联想品牌。
- 品牌曝光量2000万，新品首发销量突破5000台，保持品牌稳步增长的市场趋势。

## 媒介策略

- 本次营销以年轻人常用的国内最大社交媒体平台微博，作为引导舆论和起承整个营销事件的主战场，相应选择与微博具有流量直达的“一直播”平台发起小吉智能迷你滚筒洗衣机 #挑战1000件Bra直播# 的马拉松式直播事件。以大众喜爱的真人女主播直播方式，场景化展示整个机洗挑战过程，不断植入小吉智能迷你滚筒洗衣机产品信息。
- 直播中注重“内容”结合主播个人IP化风格，通过不断制造话题与素材，最大化的避免了直播过程中“快进快出”式的流量卷入和分发。借由微博、微信、病毒视频、PR背书、消费者众测等营销手段，实现品牌曝光和口碑建设，并将推广带来的流量导入京东众筹平台实现购买转化。

## 传播触点

### 在整个创意实施中，有三个重要的传播触点：

- 一是拍摄一支病毒视频为直播事件预热，在社交媒体和门户网站进行传播，一时间为网友热议，同名话题迅速引爆，吸引阅读量高达694万，牢牢占据微博热门话题榜社会版长达20小时。
- 二是充分利用自媒体人和明星的粉丝效应，参与直播录制，使事件持续发酵。
- 三是选择京东众筹作为产品首发平台，完成最终的销售转化。小吉所上线的生活美学品类，其日常访问人群画像以20~45岁的女性为主，与产品的目标人群相吻合。同时，京东众筹作为国内最大的权益类众筹平台，手中握有庞大的用户资源和强大的渠道优势，为企业和品牌从行业、用户、投资人、经销商等多角度带来更多的商业价值。

## 创意实施

- 2016年10月17日京东众筹首发当日，《挑战1000件bra直播》的病毒视频开始在各大门户网站及社交媒体传播。吸引阅读量**694万**，占据话题榜社会版TOP5长达**20小时**。
- 10月18日至10月27日，#一直播#平台连续10天，每天10小时直播小吉洗衣机pro #挑战1000件内衣#。每天安排1名美女主播互动讲解衣物洗护相关话题，不断植入小吉智能迷你滚筒洗衣机产品信息。



## 创意实施

- 在每天峰值整点档，推出双人女主播互动、抽奖环节，吸引流量。并邀请《中国新歌声》学员白若溪空降小吉直播现场，借助明星效应使事件持续发酵。
- 10月26日，坐拥百万粉丝的时尚自媒体人“深夜发媧”徐老师通过一直播与京东直播平台体验小吉，首秀私密衣橱，展示小吉手洗般的效果，该直播登上当晚热门，累计观看人数220万。



## 创意实施

- 与此同时，广告界的垂直微信号梅花网、4A广告门紧跟热度，头条刊登图文《6000分钟直播+1000件bra 只为营销造势》，发表专文分析，单篇阅读量**40000+**。



## 创意实施

- 11月2日，由新浪著名段子手“我的女友嘴很贱”发布的创意段子《当你的对象突然变得对你特别暖的时候，你就要注意了...》，将小吉智能迷你洗衣机的产品特性与自媒体人自身故事无缝结合，经4个自媒体大号共同传播后，引发现象级传播。



## 创意实施

- 为树立产品口碑，与国内专业的育儿社区平台“宝宝树”合作，发起测评招募，将流量直接导入京东众筹平台。

**更专业的宝宝衣物洗护专家**  
终结手洗 | 智能升级 | 人机互动

**5台小吉洗衣机 免费试用**  
10月18日-11月17日 新家众筹抢先上线  
申请日期: 10.18-10.24

申领奖品

**活动规则**

1. 活动时间: 10月18日-10月24日。
2. 活动面向: 全国。
3. 活动资格: 凡在活动期间完成实名认证、绑定微信支付、绑定支付宝实名认证的京东众筹用户均可报名参加。
4. 报名方式: 通过宝宝树APP、微信小程序、微信公众号、官方网站、线下门店等方式报名参加。
5. 报名时间: 10月18日-10月24日。报名时间: 上午10:00-晚上10:00。
6. 活动名额: 500名。
7. 活动奖品: 小吉洗衣机一台。
8. 活动规则: 活动解释权归京东众筹平台所有。

**申领名单**

已有1000名用户申领

123456	1234567	12345678	123456789
12345678	123456789	123456789	123456789



## 广宣成果

- MINIJ品牌曝光量超过**5000万**。
- 《挑战1000件Bra直播》创造**单直播内容100小时直播记录**，10天直播观看人数超**1400万**，《中国新歌声》人气学员白若溪单场直播观看人数破**500万**，直登当天“一直播”平台热门榜。《探访深夜发媯徐老师的私人衣帽间》直播在京东直播和一直播两个平台同步在线**20.28万**，累计观看人数超**220万**。
- 微博话题#挑战1000件bra直播#登陆**热门话题榜 NO.3**。

## 广宣成果

- 创意段子《当你的对象突然变得对你特别暖的时候，你就要注意了...》24小时微博曝光率超过**1000万**，冲上热门微博榜长达**24小时**。
- 宝宝树论坛试用活动吸引到 **2万** 多名妈妈参与，收获5篇试用报告。



## 销售成果

- 小吉智能迷你滚筒洗衣机京东众筹1个月成绩超过2200万，创京东家电众筹记录，销售9853台洗衣机。成绩远超小吉此前新品发布的米家众筹与京东众筹成绩。[数据来源京东众筹、米家众筹平台]



## 销售成果

- 新品销售增长率同比历年新品发布涨幅 **2% ~ 42%**  
[ 广告主公司内部统计数据 ]
- 营销活动传播期间，刚好与双十一电商大促活动重合，使得双十一期间小吉品牌热度持续高涨，电商品牌店铺流量较往年大涨，最终双十一电商销售达 **700多万**，为上一年度的 **10倍** 之多。
- 通过本次传播，小吉洗衣机品牌知名度及行业影响力大大提升，尤其在母婴群体中收获大量口碑，成功奠定了小吉品牌在智能迷你洗衣机领域的重要地位。



## 品牌效果

本次营销以行业背景为前提，通过一个具有话题性的事件，加上高关注的渠道，催产出 $1+1 > 2$ 的传播效果，**将小吉品牌打造为智能迷你家电领域内的第一联想品牌。**