**卡萨帝-欢迎光临我的家**

**广 告 主**：卡萨帝

**所属行业**：大家电

**执行时间**：2022.10.23-11.10

**参选类别**：社会化营销类

**营销背景**

**一、背景**

1.1挑战

「零嵌冰箱」作为「嵌入式冰箱」的新细分类目，产品的差异化特点难以表达，难以说服用户以更高的价格进行购买。

1.2洞察

「开放式厨房」、「客餐厨一体化」、「极简风」等家装风格正在小红书上流行，让原本躲在厨房的冰箱，成为家居场景中越来越重要的颜值担当。因此，用户追求冰箱和橱柜融为一体，希望冰箱和橱柜更紧密，已达到完美视觉效果，同时减少卫生死角。

**二、核心策略与执行**

2.1核心策略

通过「审美强迫症的家」这一极端场景，具象化的表达「零嵌冰箱」能够严丝合缝贴合橱柜、减少卫生死角的产品特点，让用户在场景中察觉他为什么需要一个「零嵌冰箱」，同时产生兴趣，以加深用户对「零嵌冰箱」这一新品类的认知。

2.2执行

发起《欢迎光临我的家-我的零嵌冰箱》主题活动，以平台微综艺形式执行。内容包括先导片、节目正片、花絮、互动模块，搜索互动玩法等。

**三、结果**

成功种草平台用户，让用户主动搜索「卡萨帝零嵌冰箱」关键词，卡萨帝冰箱在2022年冰箱品类的搜索规模排名从第四升至第一。

**营销目标**

结合场景，讲述「零嵌」冰箱的产品特点，提升用户认知。



**策略与创意**

**洞察：**「开放式厨房」、「客餐厨一体化」、「极简风」等家装风格正在小红书上流行，让原本躲在厨房的冰箱，成为家居场景中越来越重要的颜值担当。用户追求冰箱和橱柜融为一体，希望冰箱和橱柜更紧密，已达到完美视觉效果，同时减少卫生死角。

**策略：**将产品关键词「零嵌」转化为消费者易懂的词汇「严丝合缝」。同时通过「审美强迫症的家」这一极端场景，具象化的表达「零嵌冰箱」能够严丝合缝贴合橱柜、减少卫生死角的产品特点，让用户在场景中明白，如果想要实现完美的极简风装修，打造一个高颜值开放式厨房，他就需要一个「零嵌冰箱」。

图表, 日程表

描述已自动生成

**执行过程/媒体表现**

投放平台：小红书

-探访审美强迫症家居博主的家VLOG（先导片、正片）

-小红书KOL合作笔记

图形用户界面, 网站, 日程表

描述已自动生成



**营销效果与市场反馈**

冰箱品类搜索排名提升至TOP1，项目结果远超预期。

