

永艺抖音电商

从0到行业头部的破冰之旅

- **品牌名称:** 永艺
- **所属行业:** 家居行业
- **执行时间:** 2023.10-11
- **参选类别:** 电商营销类

永艺品牌23年来首次入局抖音，并在不到一年的时间内做到抖音巅峰品牌行业排名**TOP2**，Flow 550单品抖音好物商品榜单排名**TOP1**。

在当下抖音电商场域，低客单的快消产品销售战绩往往更为可观，而永艺作为高客单新品人体工学椅，要从0-1孵化账号开辟抖音电商新阵地，从而实现规模化销售，面临着以下3大挑战：

挑战1：在传统消费者的心智中，按摩椅才会卖到上千元价格以上，普通网椅怎么可以卖这么贵？如何扭转消费者心智？

挑战2：作为客单价近2000元的低频高客单非刚需品，如何在抖音开启高效卖货模式？

挑战3：永艺入局抖音晚，且行业已经有网易严选、西昊这样的头部，如何在抖音电商场域引爆？

基于以上挑战，我们结合平台属性及产品特性，从0起步，通过一年的电商运营，成为抖音电商场域坐具类目行业头部。

营销目标：

永艺要实现抖音电商领域的销售突破，实现公司业绩新增长，通过永艺撑腰椅成为抖音电商破冰的重大战略，期望达成从0到行业头部的年度目标。

【产品策略】 采用单品打爆模式，集中资源和力量主推“攀登者X3和Flow550”产品，有助于账号标签清晰、流量精准，效能提升



【运营策略】通过直播运营6角模型，全方位塑造高能直播间

人：顾问式人设+娱播风格+阶段双主播模式（捧哏式直播），打造专业、有趣的主播人设；

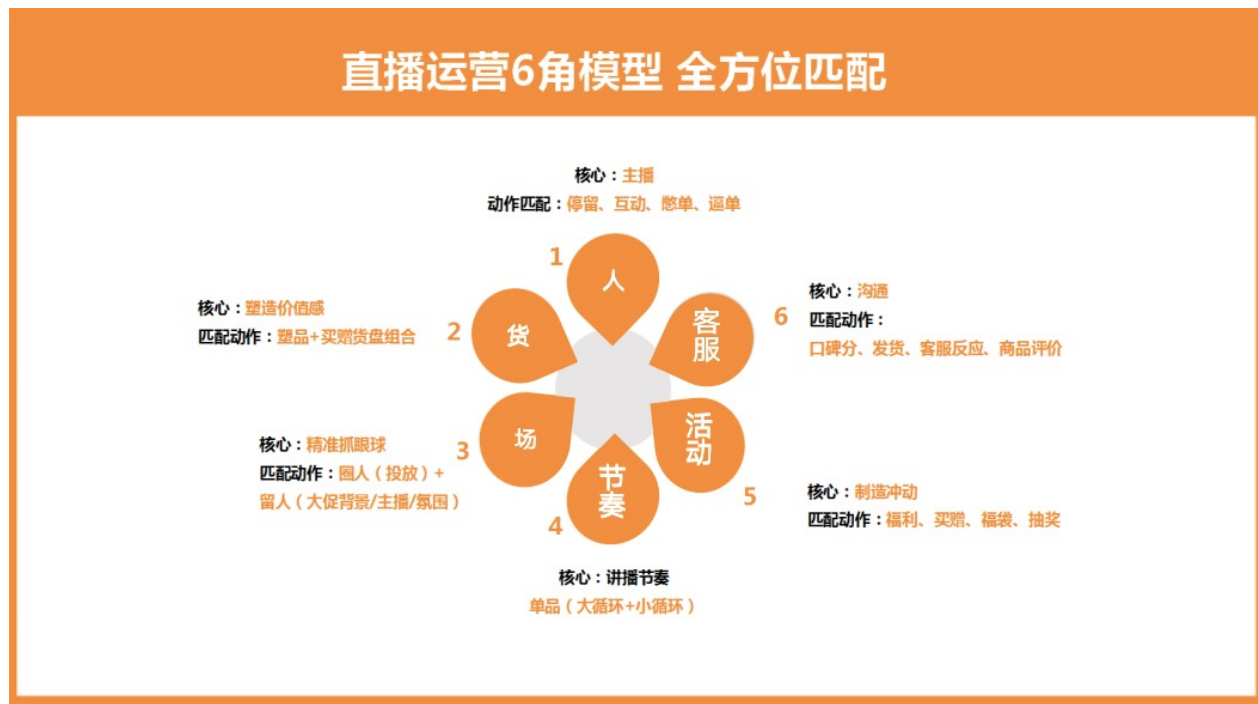
货：塑品（产品价值感塑造）+买赠货盘组合，优先级卖点提炼，塑造产品价值感；

场：流量场圈人（投放）+视觉场留人（大促背景/主播/氛围），秉持3秒钟定律，付费流量大规模圈人，堆量精细化产品种草短视频铺量引流；

节奏：单品大循环+小循环讲播节奏，有效促进销售转换；

活动：福利+买赠+福袋+抽奖，制造购买冲动，刺激用户消费；

客服：口碑分+发货+客服反应+商品评价等，及时沟通，塑造高口碑。



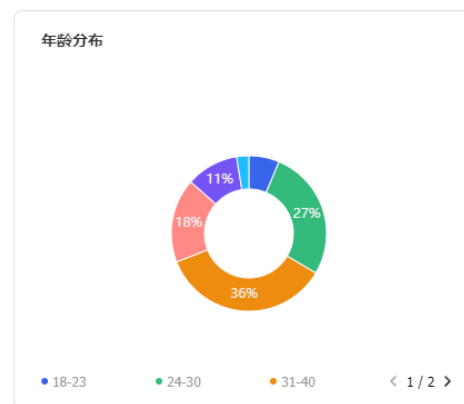
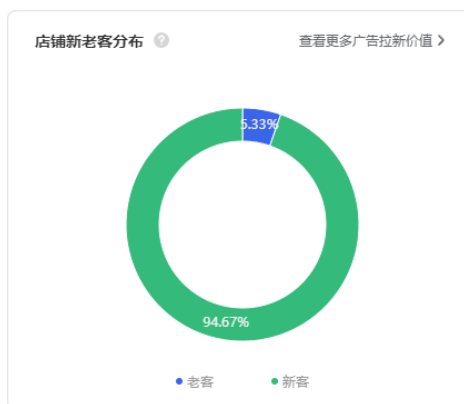
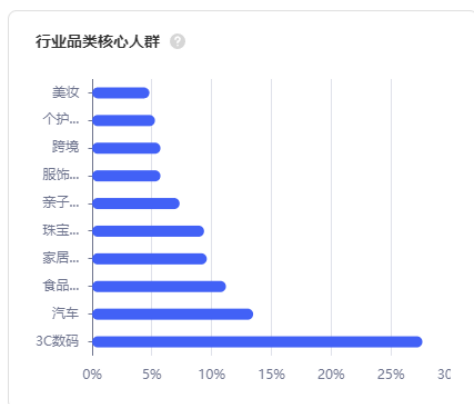
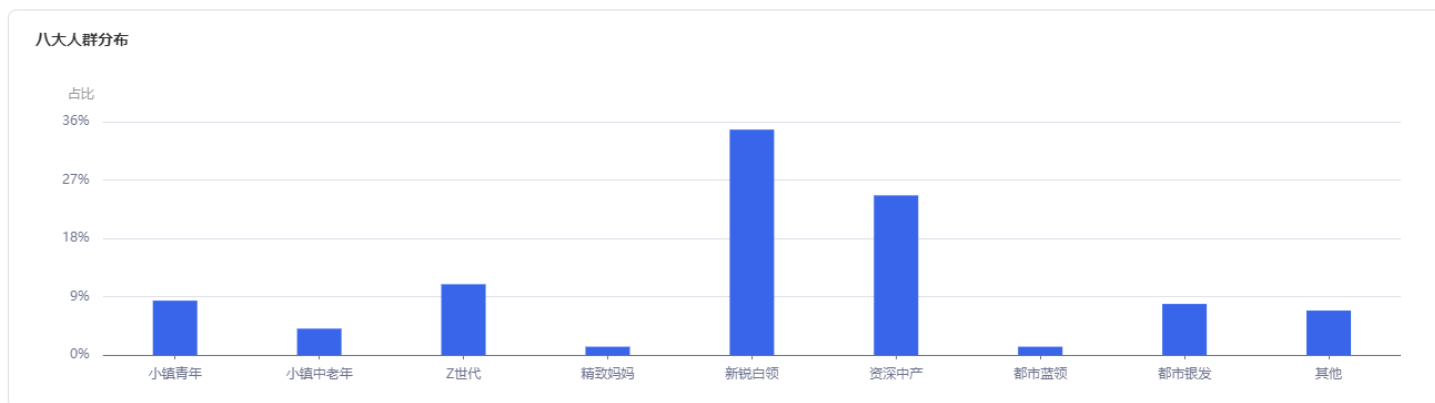
【启动铸型期】

前期通过千川、抖加、随心推做达人和莱卡的标签定向，搭建计划不同素材内容去投放不同的人群定向，以视频点击率、商品点击互动率、商品转化率等数据基础，得出视频内容方向，产品核心卖点，账户人群模型等。



【稳定输出期】

通过前期测试锁定核心精准人群，扩大人群辐射曝光面；人群以资深中产和新锐白领为主；年龄在24-40岁男性为主，人群标签以3数码、汽车、食品，家居家装、智能家居等为主。



【增长爆发期】

加大投放预算，出价范围，同时进行人群扩展，形成规模效益。投放上持续性优化复制高成单产出的视频素材、人群定向、同时增加了搜索计划、ROI计划多维度的投放达到控量稳量；加大系统智能推荐的流量，扩展人群，保障持续性的扩量引进；利用品牌云图人群包，做A3、A4、A5人群的拓展推荐，做新渠道增量。



双十一期间，单日成交破**500万**

永艺撑腰椅在抖音销售额同比增长**6275%**，行业增速**TOP1**

- 1、双十一期间，抖音巅峰品牌行业排名**TOP2**
- 2、Flow550单品好物商品榜单排名 **TOP1**
- 3、永艺抖音双十一开门红单场直播突破**150万**
- 4、Flow550单品成交突破**300万**
- 5、攀登者X3单品成交突破**200万**



永艺股份：公司双十一期间电商销售情况较好

2023年12月08日 13:17 来源：每日经济新闻



每经AI快讯，有投资者在投资者互动平台提问：根据相关媒体报道，今年双11期间，永艺撑腰椅在抖音销售额同比增长6275%，行业增速TOP1。在天猫电脑椅类目同比增长226.91%，行业增速TOP1；在京东成交额同比增长206.6%，行业增速TOP1；Flow550在抖音坐具品类好物商品榜排名TOP1；Act100在天猫电脑椅品类预售榜+新品榜TOP1；沃克Pro在京东电脑椅类目500-600元价格段销量TOP1。此消息是否属实？

永艺股份 (603600.SH) 12月8日在投资者互动平台表示，公司双十一期间电商销售情况较好，具体请以定期报告为准。

文章来源：每日经济新闻 责任编辑：6

原标题：永艺股份：公司双十一期间电商销售情况较好
郑重声明：东方财富发布此内容旨在传播更多信息，与本站立场无关，不构成投资建议。据此操作，风险自担。 举报