

美的×小红书内容种草实现品牌用户拉新营销全链路触达

- **品牌名称:** 美的
- **所属行业:** 家用电器
- **执行时间:** 2023.10.23-11.11
- **参选类别:** 种草营销类

- 当下，小红书已经成为诸多品牌种草的不可或缺的平台。作为头部红草平台的小红书目前拥有2亿+用户，月活2000w+，主要用户为90后群体。然而，小红书种草人群无法回流至品牌CRM，品牌无法应用小红书人群进行洞察和效果评估及持续营销种草用户。在此背景下，美的期望借助京东数智能力下单小红书投放后，将种草用户回流，配合京东营销云产品能力进行站外种草站内再营销，实现CTR与ROI等关键指标提升。

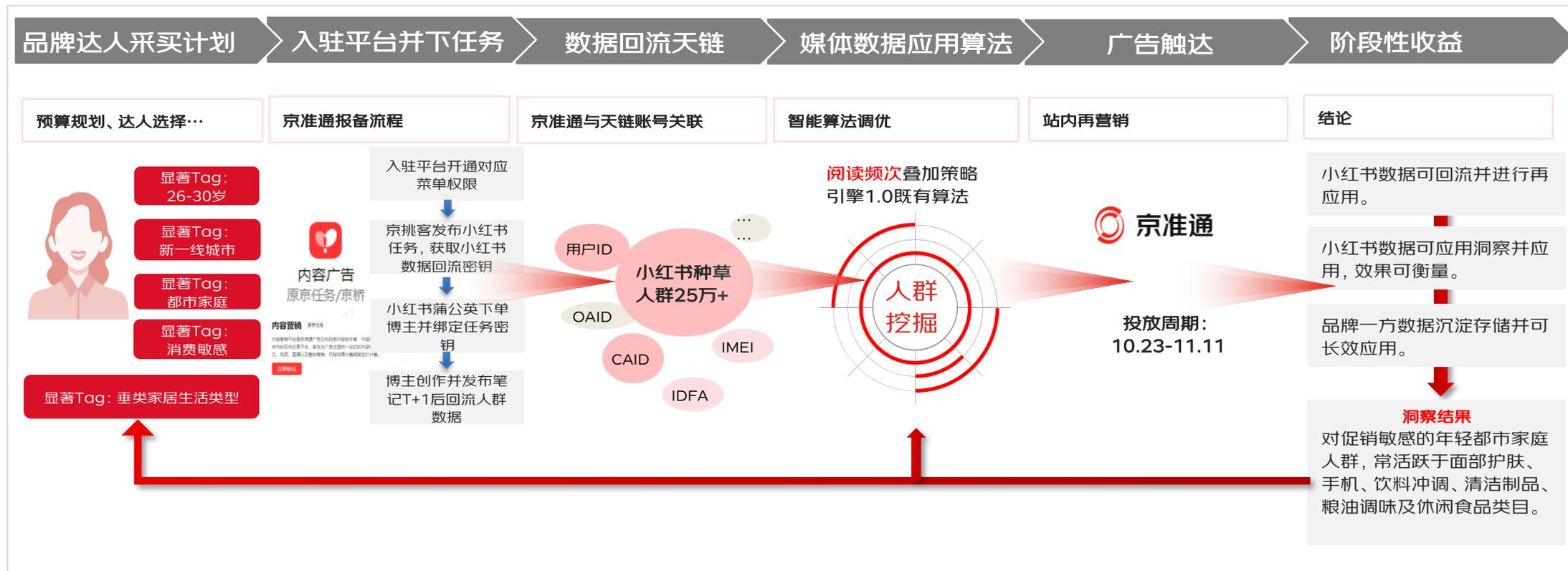
品牌痛点

小红书种草人群无法回流至品牌CRM，品牌无法应用小红书人群进行洞察和效果评估及持续营销种草用户。

营销目标

通过京东链路下单小红书投放，可回流种草人群至天链，配合天链产品能力进行站外种草站内再营销，实现CTR与ROI等关键指标提升。

- 合作模式：针对品牌站外种草并沉淀一方数据，在生意场进行再营销应用，实现策略、媒介、营销工具实时联动。



- **Step1-京准通助力品牌达人采买计划**

- 帮助品牌更合理地进行预算规划、更精准地进行达人选择。品牌入驻京准通平台开通对应菜单权限，京挑客发布小红书任务，获取小红书数据回流密钥。博主创作并发布笔记T+1后回流人群数据。

- **Step2-京东营销云策略引擎2.0助力，结合一方存量会员数据赋能营销**

- 种草数据回流至京东营销云后，应用策略引擎2.0，叠加阅读频次，智能挖掘策略人群，进行二次触达，实现全链路营销闭环。

- 京东营销云通过信息技术能力打造社交闭环营销，给美的提供了从优选账号、效果评估、二次营销到资产沉淀全链路解决方案，提升内容营销效率和品效转化效果。美的空调营销效能显著提升，加购成本较日常投放降低10.09%，数据回流后二触效果明显，ROI较日常投放提升18.72%。

