

深入品牌故事 促进成交量破万

- **品牌名称：**马拉丁童装
- **所属行业：**服饰
- **执行时间：**2023.03.01-12.31
- **参选类别：**直播营销类



马·拉丁童装——趣味设计师童装品牌

品牌风格：潮流，个性，复古

M.latin

General environment

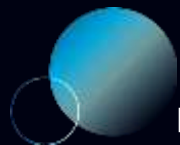
市场环境

机遇与挑战

2023

成人服装市场增长放缓,男女装市场趋于饱和的背景下,童装行业尚处成长期, 三胎政策发开, **童装市场**的快速增长显得尤为亮眼,已成为服装行业发展的一个**新兴增长领域**。

童装领域年均消费需求量在**8亿件左右**, 庞大的适龄消费人群为童装市场发展奠定了基础, 显而易见童装市场蕴藏着巨大的发展空间。消费群体逐渐**从注重价格到注重品质**, 愿意为**内容及价值**付费。



品牌痛点与解决方案

过往成交量 ≤ 20

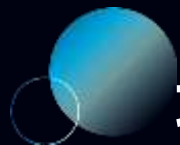
过往ROI 1.48%

面临的问题

- 同质化直播间较多，获客渠道有限，直播间人数 ≤ 50 ；粉丝粘性不足，直播间转化率较低
- 视频内容不具吸引力，点赞量 ≤ 10 ，无法成功引流至直播间
- 合作前有其他代理商代投，引流量不达标

解决方案

- 做好调研与分析，找准产品差异化，洞察用户消费心理，应用“商品找人”逻辑精准投流
- 以《马拉丁的成长日记》为故事线展开内容策划，亲子话题获取更多流量
- 对测试过程进行细致化的把控，整合数据，保证投流精确精准



项目目标与洞察

讲好故事

该品牌拥有一个动人的品牌故事，将其融入到营销内容中。通过马拉丁日复一日的成长历程，自我建立心中的理想乐园。引发忙碌中的宝爸宝妈关注孩子们的成长动向、性格变化、所玩所爱，给予他们不一样的童年时光。

精准营销

规划好内容营销的同时，通过投流，提升整体ROI，为客户引流，增强用户粘性。

优化 服务领域

惊喜出圈

以故事为主线，深度植入目标客群，结合产品设计灵感，每一款衣服都有独特的定位标签。通过主播的细心介绍，了解服装概念，了解孩子本身，从而促进成交。

精确客群

3-15岁的儿童已经拥有自己独立的想法与审美，正处于美好的童年时期。80/90后宝爸宝妈、小太阳家庭，上班无法兼具照顾孩子，对孩子的内心需求了解较少。

项目核心创意模型



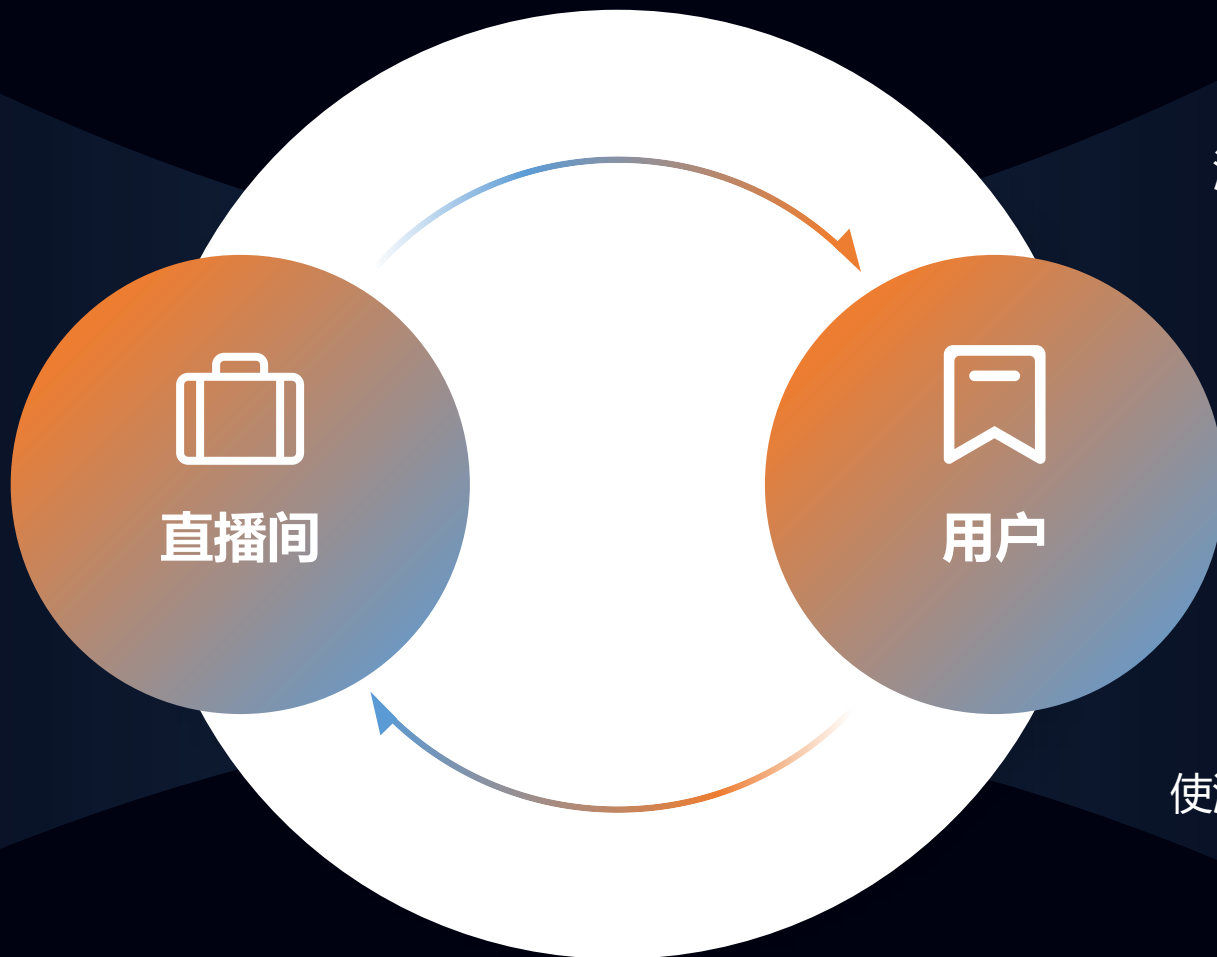
产品特性
自身产品价值



预热与导流
促销活动



产品赋能
故事阐述与表达



深入了解品牌产品



建立信任机制



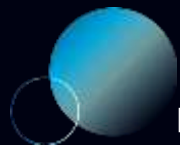
交易快速转化



使消费向更深处发展



视频内容+直播驱动



品牌定位重塑 内容与直播标签化



以《马拉丁的成长日记》为营销主线 引导用户消费转化

内容营销雏形

以《马拉丁的成长日记》为主线
视频围绕爆品内容花式创作
利用内容穿透用户

数据营销建立

以数据洞察为核心
利用数据传播
将内容匹配给相应的人群

直播营销传播

直播切片展示产品特色
承接短视频深探产品
将直播持续化、常态化、规范化
寻求新增长

策略一：从视频内容实现弯道超车



叙事-成长日记

马拉丁的一天是怎么度过的



畅玩-自由生长

随性涂鸦，怎么“作”都好看



向往-理想乐园

马拉丁心中的世界

策略二：直播形式创新 精准组货

育儿互动
促活跃

M.latin

递进关系
粉丝粘性

每一件衣服都有一个小故事
从设计灵感，到产品应用场景的讲述

M.latin

产品直播
聚人气



故事分享
有效留客

M.latin

策略三：科学投流 挖掘流量密码



A/B反复测试

先测更贴合品牌的人群
再分析其或深或浅接触到的其他内容
大行为小兴趣更能提升转化率



GMV细节化

人群模型较稳定，新建roi成本稳投计划
投放同行高价账号，截流粉丝
选择抖音达人，购买行为的转化相比更高

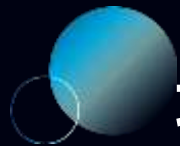


预算控制

稳定前期账户，计划预算设置1000~2000
不断出价及预算是否合理
根据单条或整组计划的转化情况，及时调整

项目执行情况

计划类型	投放占比	投放频率	用户渗透率
极速	50%	10-20保持每日更新	4.51%
专业	50%	10-20保持每日更新	4.81%
徠卡	80%	15-25保持每日更新	5.22%
系统推荐	20%	5-10保持每日更新	4.81%
达人粉丝	70%	15-25保持每日更新	4.49%
roi成本稳投	30%	5-10保持每日更新	5.25%



项目核心成果展示

粉丝增长

↑631%

商品销售额

↑387%

消耗总量

↑5396%

总观看人数

2186%↑

人气峰值

239%↑

单场评论数

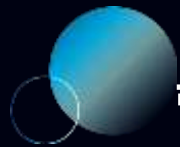
568%↑

点赞量

874%↑

送礼人数

396%↑



营销/经营方法论独特性与复用性

品牌故事，融合直播
沉浸带货，回归产品本身
从趣味角度引发购买欲，为内容下单

组货与投流，稳扎稳打
从用户到粉丝到铁粉转变



直播活动营销盘活新老粉丝
从养号开启“养货”模式

种草+养草
承接公域流量，通过直播战略
反复触达用户，完成优质种草养草

品牌证言及反馈

专业：切切实实从客户角度出发，解决直播存在的问题。

直播间流量、粉丝量、转化率有显著提升。

专心：小到话术精进，大到场景布置，实时反馈直播间情况。

不断推敲与测试，让数据反映更贴合实际。

专注：先选定优势视频参考，再结合热点、玩梗等内容对视频进行润色。

每一个细节沟通管控到位，是品牌想要达到的效果。



M.latin马拉丁童装

品牌负责人：钱雁详