

IKEA × 小红书 腾出你的GAP day活动

- **品牌名称:** IKEA
- **所属行业:** 家居
- **执行时间:** 2023.08.01-08.31
- **参选类别:** 社会化营销类

背景：

- 疫情环境下中国消费者都体验过居家隔离的时光，对家的场景也有了更多从实用到情感的需求。宜家作为提供家居产品和解决方案的全球知名家具和家具品牌，以为大众创造更加美好的日常生活为理念，更愿意以行业专家的身份为消费者解决家居需求，引领行业趋势的同时提升消费者的好感度。小红书是国内最大的种草平台拥有大量优质UGC内容，是宜家利用行业优势吸引和卷动消费者的最优合作平台。因此围绕家居收纳需求帮助用户解决问题，以宜家收纳单品思库布举一反三获取更多收纳灵感，打造热门单品成为本次活动的目标。

挑战：

- 从零开始打造收纳单品“思库布”为热门产品。虽然宜家在小红书平台拥有众多自来水用户，笔记数量在家居行业也是遥遥领先，但是搜索相关度更多的是逛宜家的体验如拍照打卡，宜家好物分享如众多提及好用产品，此前也没有在小红书深度合作投入营销，因此如何系统的运用平台属性和好的营销策略也是本次及未来合作需要考量的。
- 小红书作为生活方式平台对消费者的决策起到了关键作用，近年来也发掘了不少热门趋势并引爆全网。宜家中国在受到疫情对市场冲击下，也在转变思路如何利用品牌优势带动和引领家居趋势继而推动“爆品”。因此品牌与小红书合作，以当下最火话题“gapday”为引子结合宜家擅长的收纳方法论为用户带来解决方案。

- 解决方案：

借助小红书IP高点引爆，以最适配的IP围绕品牌做核心沟通和传递收纳方法论，品牌结合时下最火话题首推#腾出我的gapday吸睛引用户参与有奖话题互动，上线期借KFS长线铺量，持续沉淀优质内容突出思库布收纳单品益处拉动产品平台内搜索指数和官方渠道搜索及销量，成功以收纳解决方案渗透宜家的收纳单品，带动宜家收纳产品的认知和销量。

- 通过与小红书IP不出门生活节合作，以官号发起#腾出我的gapday有奖话题以优质内容深度绑定宜家收纳单品思库布，引用IP种草场硬广加内容页专属曝光引爆话题讨论，结合小红书KFS策略长线蓄水铺量，持续沉淀和发酵宜家收纳解决方案的优质内容。

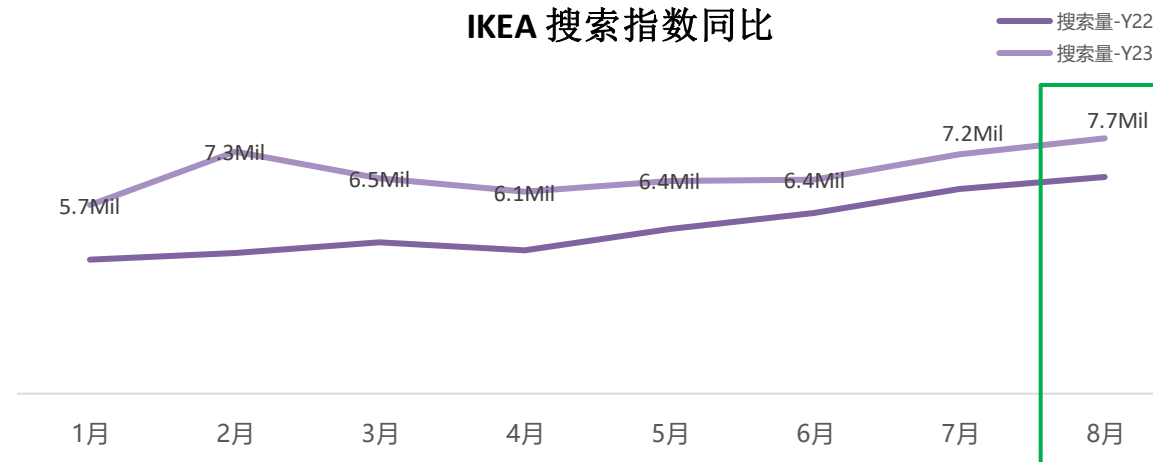
官方宣传视频：<http://xhslink.com/roQhxC>



- 项目整体曝光：238Mil, 113% over-delivery rate;
- 整体互动数：0.56Mil, 224% over-delivery rate
- 话题页浏览量：12.1Mil
- UGC posts：25,000+
- 宜家官号增粉量：21,000+
- 收纳产品思库布小红书平台搜索指数：环比增长309%

*数据统计均为上线周期结束一周统计。

IKEA 搜索指数同比



爆品思库布搜索指数同比

