进淄赶烤 立白欢洗直播间

- **品牌名称：**立白
- **所属行业：**日化/个护类
- **执行时间：**2023.05.05-05.18
- **参选类别：**日化/个护类

背景&目标

2021年日化行业加速布局直播电商

线上渠道加速渗透，直播电商阵地延伸，新品牌增势迅猛……越来越多**“玩家”意识到直播电商渠道的重要性，立白品牌也由此开启了直播生态的布局。**

2023年品牌直播进入升维战

如今，随着直播间留存率不断走低，“买东西”不再是网友留守直播间的唯一理由，**用户需求端倒逼品牌进行直播升级，品牌直播进入升维战。**

背景&目标

品牌诉求

- 作为经营27年的老字号品牌，如何借助直播场景更好吸引年轻人关注，提升消费者对品牌的喜爱?
- 日化赛道竞争愈发激烈，立白如何“稳占天然洗护领导品牌地位，借势直播营销场景实现销量再突破”？

营销困境

- 随着大明星、大主播、大流量涌入直播间，同质化竞争加剧，直播“卷”出新高度，品牌该何去何从?

直播疯狂内卷大环境下，立白如何破局、实现品效双赢?

背景&目标

目标1

深入用户的沟通和使用场景，打造差异化的创新营销模式，让「老」品牌抢占「新」焦点

目标2

借势快手平台直播电商场景及超级营销IP赋能，助力立白实现品效销三位一体

洞察发现

直播用户规模持续增长，直播场景也成为品牌营销的重要阵地。CNNIC报告显示，截至2022年12月，我国网络直播用户规模达7.51亿，其中，年轻消费者是直播带货的主要消费群体。快手沉淀着6亿老铁，在社区中“种草拔草”具有天然优势，包罗万象的内容场为日化品牌带来了更大的营销乃至生意增长空间。根据《2023快手美妆日化数据报告》显示，快手2022年日均有效观看美妆个护和居家清洁视频用户数分别超过1.4亿和近4000万，同比分别增长18.5%和21.1%。

基于此洞察，恰逢5月立白联动快手超有意思直播间IP，推出《进淄赶烤·立白欢洗直播间》特别企划，通过借势淄博烧烤热点，将直播间开在了烧烤摊前，充满烟火气的场景在契合快手平台市井氛围的同时，也将衣物沾染烧烤味的尴尬情况与清洁产品深度绑定，透过自带话题性和记忆点的主题直播间，更好地传递了“让生活更有趣，让洁净更天然”的品牌理念。

国民洗护品牌立白联合快手

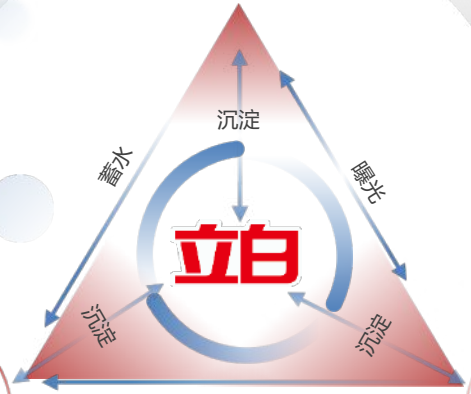
开创「1+N+X」创新营销模式，探索直播时代下的品效制胜新解法

“店播+达播”组合拳双管齐下
超品GMV创新高

1 内容直播

N 直播带货

X 资源助推



个性化推荐实现
人货场的精准匹配

《进淄赶烤 立白欢洗直播间》
引爆话题出圈

超级资源助阵 打响品牌营销战

站内多资源曝光

站外媒体超级曝光

《进淄赶烤 立白欢洗直播间》引爆话题出圈

“淄博烧烤热门场景+达人+品牌” 趣味直播-热点造势

5月10日立白携手快手超有意思直播间进淄赶烤，达人学好姐姐搭档立白品牌推荐官边吃边唠，更有淄博185帅哥与烧炭小哥组成欢洗CP，上演最欢喜洗衣现场。洗衣与烧烤的新鲜碰撞，赶烤与敢洗的巧妙反差，引爆话题出圈，为超品日打下头阵！

270万+
直播总观看人数

6.8万+
最高在线人数峰值

好学姐姐大秀书法
引发开播热潮

淄博185帅哥&烧炭小哥
欢洗CP博人气

嘉宾唠嗑爆梗不断
拉升直播热度

立白产品花式植入
促销售转化

店播：连续14天品牌自播，超品GMV创新高

快手为立白制定科学的爆品策略和灵活的组货机制

5月5日-18日，深度捆绑品牌专属印记，每日直播不间断，并在直播前利用短视频种草模式，为立白超品日蓄力。

灵活组货策略

店播专属

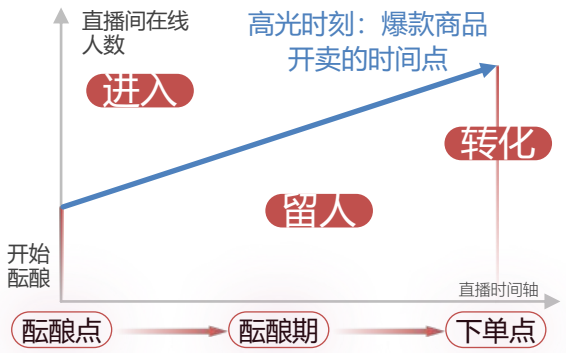
低价精承接稳转化，大师套组收割保ROI 粉皂收割下沉市场

达播专属

小苍兰液主推超头达播，流量外溢至店播，提升店播ROI

短视频+直播

爆品运营策略



高光时刻购买转化率=特定时间内订单数量/特定时间内观看人数*100%

达播：超级明星主播带货，拉升涨粉及销售转化

闫学晶、瑜大公子等快手超头部主播助阵立白超品日，以“超高人气+超强带货力”，助推销量爆发式增长。

超高人气
涨粉

立白好物推荐官
闫学晶

立白好物推荐官
瑜大公子

超强带货力
销量

快手站内亿级流量及资源 助力品效合一

磁力引擎 · 磁力金牛

2亿+
站 内 曝 光

开屏广告

直播广场Banner

搜索结果页

快手热榜

信息流广告

专题活动页

站外媒体·超级曝光
由点及面传递立白品牌心智，打响品牌营销战

聚焦地铁、电视台等媒体投放，借势代言人轻松幽默创意内容，最大化助推品牌曝光。

26天 地铁覆盖

8家 头部卫视

全网5大热搜刷屏，进淄赶烤话题欢洗出圈

整活不断、爆梗频出的超有意思创意直播
助力品牌声量破圈。

淄博烧炭小哥今天洗白了

微博话题阅读量

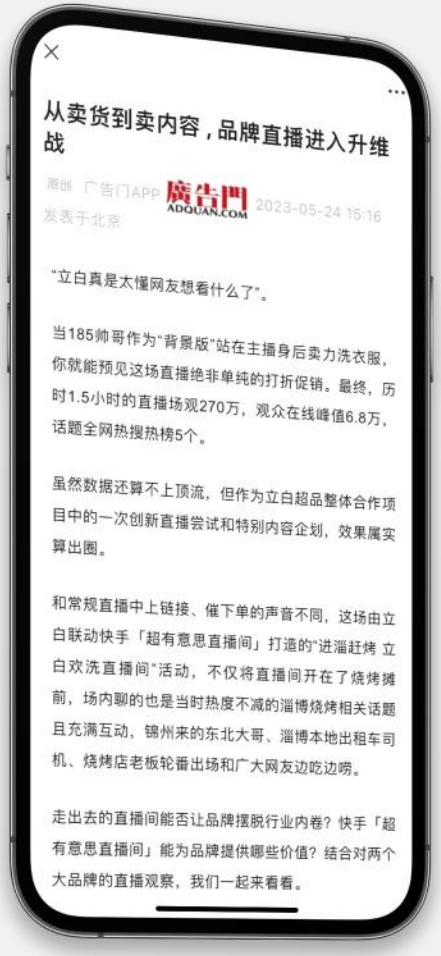
1.5亿+

淄博烧炭小哥今天洗白了

淄博烧烤摊185帅哥现场洗衣

行业营销媒体深度报道，助推传播声势拉满

立白联合快手开创差异化「内容+电商」直播创新模式，受到行业媒体争相报道
持续放大立白超品ShowCase的营销声量。


从卖货到卖内容，品牌直播进入升维战

原创 广告门APP 广告門 ADQUAN.COM 2023-05-24 15:16 发表于北京

"立白真是太懂网友想看什么了"。

当185帅哥作为"背景版"站在主播身后卖力洗衣服，你就能预见这场直播绝非单纯的打折促销。最终，历时1.5小时的直播场观270万，观众在线峰值6.8万，话题全网热搜热榜5个。

虽然数据还算不上顶流，但作为立白超品整体合作项目中的一次创新直播尝试和特别内容企划，效果属实算出圈。

和常规直播中上链接、催下单的声音不同，这场由立白联动快手「超有意思直播间」打造的"进淄赶烤 立白欢洗直播间"活动，不仅将直播间开在了烧烤摊前，场内聊的也是当时热度不减的淄博烧烤相关话题且充满互动，锦州来的东北大哥、淄博本地出租车司机、烧烤店老板轮番出场和广大网友边吃边唠。

走出去的直播间能否让品牌摆脱行业内卷？快手「超有意思直播间」能为品牌提供哪些价值？结合对两个大品牌的直播观察，我们一起来看看。

广告门APP›

沉浸式直播，品牌的新机会

整个五一期间，旅游业的复苏向外界证明了线下场景依然是无可替代的引流渠道，且是未来几年用户增长的主要来源。

线下如何利用，直播间"走出去"成了一些品牌的新解法。走向线下，走向热点，走向需求……开头提到的立白和快手「超有意思直播间」的合作案例正是如此。

广告门、行业社群等

TO C 和 TO B 媒体深度解读

100+
媒体报道频次

5,000W
PR 传播曝光

50W
B 端社群触达人次

进淄赶烤！立白竟然把洗衣摊开到了淄博烧烤摊

原创 洞察君 快手磁力引擎商业洞察

2023-05-09 19:01 发表于北京

这个春天，淄博烧烤横空出世，"小串+小饼+小葱"的灵魂三件套吃法火出了圈，据说淄博五一游客订单量的增长率飙涨到2000%，"进淄赶烤"汹涌的人潮吓坏了淄博烧烤店老板，老板直呼"烤不完，真的烤不完"！就连淄博烧炭小哥都被熏的上了色，达到了人炭合一的境界。

效果&反馈

立白x快手打造品效双赢直播新玩法
营销效果持续破圈

600万+
活动期间整体GMV

3亿+
全网总曝光

243%+
直播间曝光量环比增长

270万+
直播总场观

525%+
粉丝量环比增长

1.5亿+
微博话题阅读量

突破传统，立白联合快手探索「内容+电商」全新营销模式
打造家清行业ShowCase

行业ShowCase

快手家清行业首个超品日
探索内容与电商的新打法

品销效合一

在销售的同时
通过内容不断塑造品牌形象
帮助品牌升级与快手拉动R1-R2
人群体量增长

粉丝增长

高效聚集粉丝
助力品牌长效运营