Kappa-小红书爆款计划品效合一

- **品牌名称：**KAPPA
- **所属行业：**服饰类
- **执行时间：**2023.01.10-05.20
- **参选类别：**数智营销类

着眼平台热度&消费者洞察，KAPPA的表现如何?

品牌层面

超八成受访者认识KAPPA
但真正都买的人鲜少
TA们心中对品牌力的认可度不高

产品层面

对平价、串标、足球有印象
但预期价格与实际有所偏差
款式设计单调，缺乏时尚基因
不能满足受访者的穿搭需求

销售现状

线下门店是主要获取信息途径
线上营销待提升
联名系列与爆款最有机会触达

背景&目标

聚焦服饰爆品的投放『人货场』，解决品牌、产品、销售难题

人

名人背书是基础要素
UGC自传播起关键作用

场

以***标榜态度***为原点
以***日常生活***做发散

货

产品力决定出圈速度
品牌力决定声量大小

结合基础属性&消费特点，细分品牌TA人群

	GENZ	小镇中产	资深中产	新锐白领
基础属性	• 年龄范围：95后、00后 • 学生党为主 • 城市分布：一线、新一线、二线	• 年龄范围：90后 • 城市分布：三线、四线	• 年龄范围：35岁+ • 城市分布：一线、新一线、二线 • 公司高管、金融从业者 小型企业创始人 • 消费能力L3及以上	• 年龄范围：25~35岁 • 城市分布：一线、新一线、二线 • 公司精英、公务员 • 消费能力L3
消费特点	• 互联网原住民 • 爱网购，自我享受型消费 • 爱尝新小众，追求个性标签 • 颜值经济、二次元、明星 • 喜爱圈层文化	• 追求时尚潮流 • 偏好有知名度的国际品牌 • 闲暇时间多，房贷压力小	• 追求面料品质、设计细节 • 偏好时尚性高不易撞款的款式 • 消费理性，享受体验 • 追求高品质生活	• 都市潮男潮女 • 收入高、生活节奏快 • 品质生活实践者，悦己为先

Source：CSDN《天猫大快消八大策略人群简介》+ 千瓜综合人群分析

KAPPA目标消费者喜爱的【时尚风格】标签细分搜索

美式复古风
整体热度高，其中T恤/外套/卫衣搜索更高

关键词	月均搜索指数	市场出价
美式复古	265132	0.4
美式复古穿搭	206736	0.62
复古穿搭	177579	0.37
复古穿搭套装	79306	0.3
美式复古t恤	72461	0.3
美式复古穿搭ins	59693	1.06
美式复古甜酷穿搭	40281	0.3
美式复古校园穿搭	39956	0.57
美式复古上衣	33315	0.3
美式复古外套	31254	0.3
bm美式复古卫衣	27200	0.3
复古vintage穿搭	26793	0.34
复古鞋	21009	0.47
美式复古卫衣	15596	0.3

户外出行风
户外配件声量较高，包包与鞋更加细分化

关键词	月均搜索指数	市场出价
户外	150280	1.25
户外穿搭	109300	0.38
户外鞋	42671	2.28
户外运动	42341	0.41
户外冲锋衣	31145	0.3
户外运动服装品牌	27285	0.31
户外帽子	12784	0.31
户外包	10522	0.42
户外帽	10217	0.92
户外徒步鞋	6425	0.3
户外运动穿搭	6159	0.83
户外登山鞋	6156	0.3
户外运动鞋	4257	0.36
户外渔夫帽	4254	0.52
户外徒步穿搭	4225	0.67

潮流街头风
街头穿搭中不同城市成为搜索强心智

关键词	月均搜索指数	市场出价
街头穿搭	15604	0.58
美式街头穿搭	11540	0.43
街头风	4466	1
日本街头穿搭	3325	0.3
街头风穿搭	2767	0.3
香港街头穿搭	2412	0.39
上海街头穿搭	2399	0.37
韩国街头穿搭	2375	0.3
美式街头风	2116	1
上海街头拍照	1653	1
街头穿搭男	1523	0.3
美式街头女生	1381	1
美式街头风穿搭	1076	1
美式复古街头穿搭	1015	0.3

X·CORE系风
urban/gorp/block等运动系风格心智较高

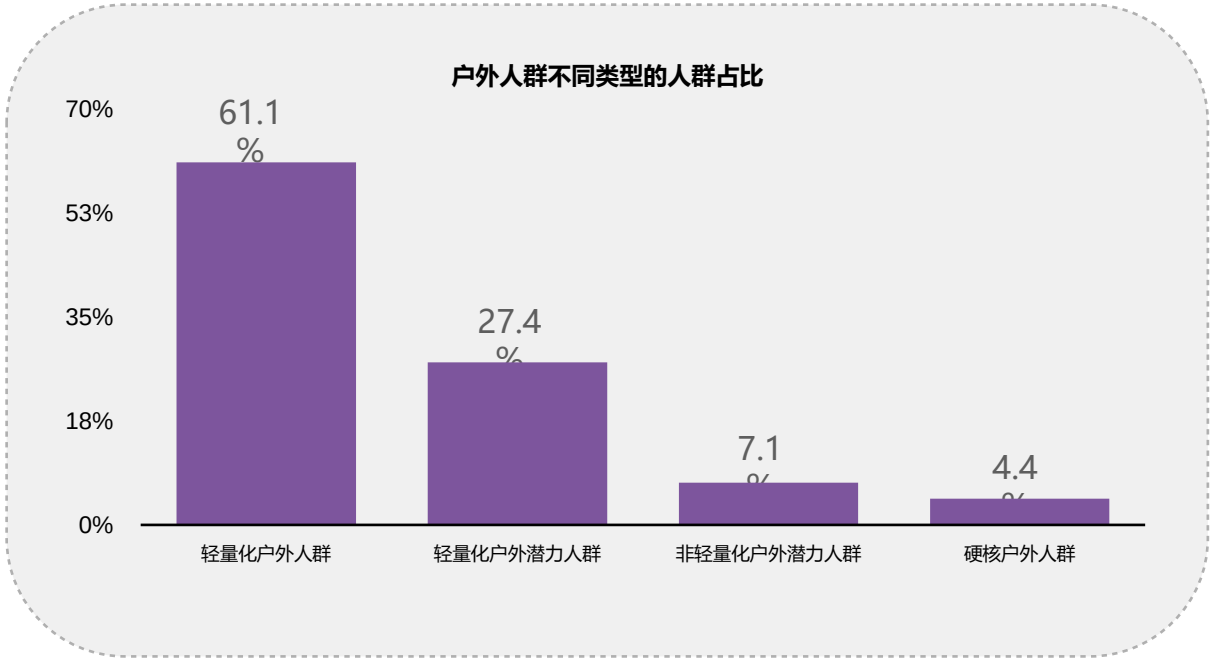
关键词	月均搜索指数	市场出价
balletcore	31433	0.3
urbancore	12777	0.91
gorpcore穿搭	6593	1
gropcore	3267	1
blockcore	3161	1
normcore	2015	1
coreana	1250	1
kidcore	1067	1
barbiecore	628	1
芭蕾core	595	1

` Source：小红书聚光平台月度竞价词包

轻量化运动人群逐步壮大，「户外」场景下参与度更高

当前轻量化户外人群规模 **5亿**

未来轻量化户外人群规模可达 **7.3亿**



「户外」热门场景

HOT #户外徒步
话题浏览量：9.14亿

HOT #一起去露营
话题浏览量：19.23亿

NEW #citywalk
话题浏览量：2.36亿

NEW #溯溪
话题浏览量：1.56亿

Source：轻量化户外行业白皮书

洞察&策略

TA人群画像

18-34岁一线、新一线、二线
小镇中青年/GENZ/新锐白领
紧跟潮流，爱穿搭
生活自律的年轻女性

TA搜索心智

「户外穿搭」话题高热不减

「街头look」内容具有强心智

偏好潮流穿搭
如:美式复古、户外出行
潮流街头风、X-CORE系风

TA流行风潮

轻量化运动人群逐步壮大
露营/徒步/溯溪正在融入生活日常
城市/户外运动成趋势

洞察&策略

“内容” + “品类” + “搜索” 三力合一，提升品牌热度

内容

氛围感、网感

增加直接关联优质内容
维持品牌站内形象

品类

伞兵裤

结合平台热度品类需求
增加关联内容笔记

搜索

优化关键词匹配

剔除无关品类对品牌的干预
抬升优质内容热度

媒介&执行

多元角度种草内容组合拳，**三位一体实现品效销**，全力提升品牌力

流量钩子

爆点燃料CONTENT

平台热点

热话引爆，互动引流

心智抓手

品牌资产CONTENT

核心沉淀

抓取用户兴趣圈层，拉新维老

野生销售

口碑放大CONTENT

舆情维稳

缩短决策链路，促进转化

结合平台&品牌现状，定制专属营销内容

『你不知道的KAPPA隐藏爆款』

洞察伞兵裤流行趋势，焕新投放灵感

三大红书热门穿搭场景

复古穿搭

#VINTAGE	笔记 +58%
#复古穿搭	笔记 13W+
#美式复古	笔记 +62%
#复古风	笔记 +109%

日系穿搭

日系穿搭	搜索+78%
日系少年	笔记 +53%
Cityboy	笔记 +76%

户外穿搭

#户外穿搭	笔记 +125%
#山系穿搭	笔记 +81%
#城市户外穿搭	搜索 +62%

Source：千瓜数据 近90天

媒介&执行

切合机会人群关注点，延续热门产品高流量，打造**热+新组合投放模式**

热款

德训鞋

平台话题浏览量：*2.44亿*

平台月搜PV：*91.6万*

伞兵裤

平台话题浏览量：*1.1亿*

平台月搜PV：*6.1万*

新品

评论区置顶维护，引爆品牌热度，强力引流EC平台

评论区维护链路

step 1 提问

评论区询链接 → 引发用户兴趣

step 2 置顶+回复

置顶品牌名称 → 扩大品牌影响力

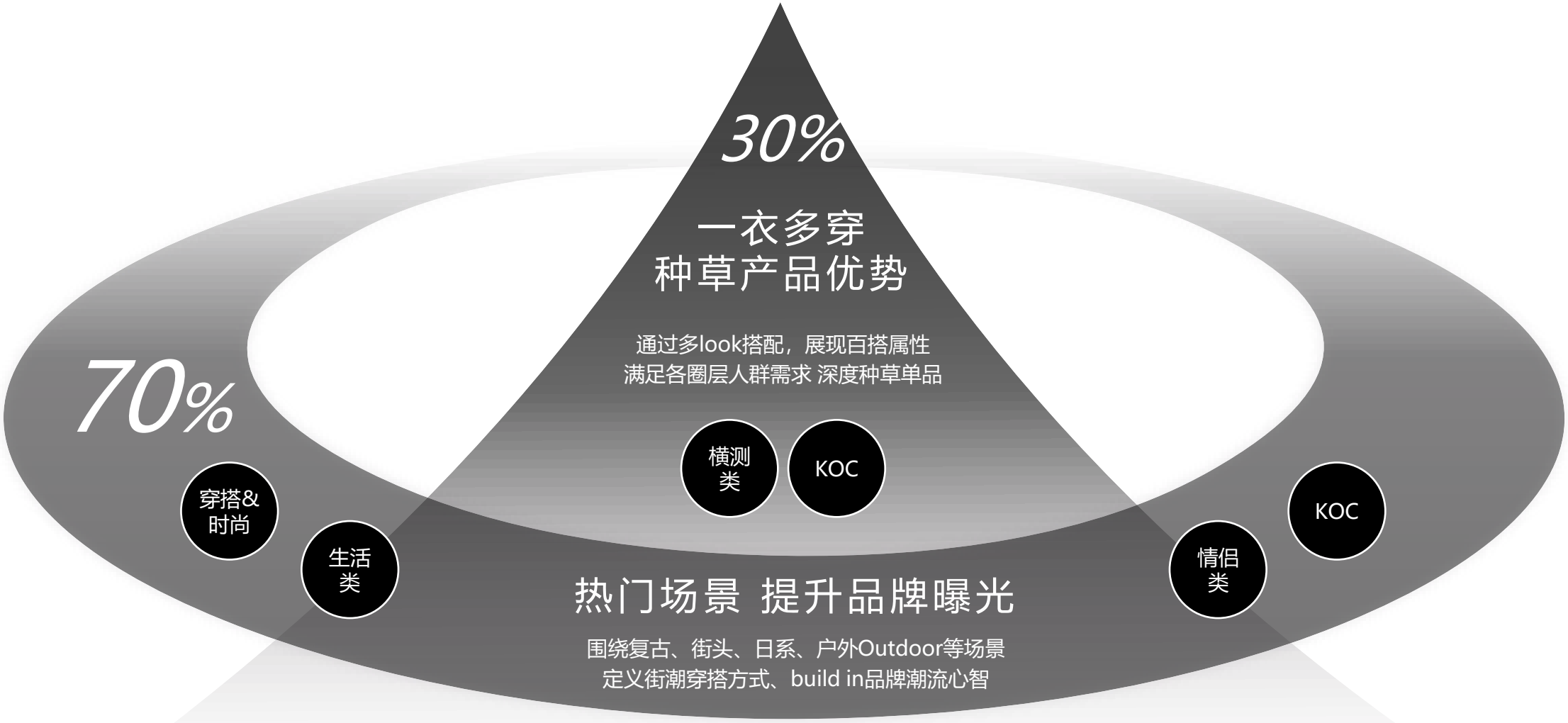
step 3 导流电商

引导产品搜索
提高购买转化力

导流
天猫店铺

媒介&执行

“热门场景” + “多元达人” 纵横模式持续沉淀品牌力



KOL+KOC组合拳，协力击穿小红书

教育和引领认知，转化其为消费者

深度
品牌力

『深+广』双纬度组合加持
投放不同内容，专攻不同目的

广度
覆盖面

引导舆论和口碑，论证KOL说得对

效果&反馈

小投入高回报，性价比&热度屡创新高

超高性价比

KAPPA 互动成本：6
ADIDAS 互动成本：18
NIKE 互动成本：22

超越行业平均水平 ***333%+***

投放性价比
TOP 3品牌

超高热度爆文

投放爆文率**20%+**，爆文平均互动 **2800+**
产出互动过**5k+**大爆文

超越新品投放平均水平 ***80%+***

爆文率
高出平均
50%

效果&反馈

抓取平台高热度场景，引爆内容热点，**流量飙升，爆文频出**

大爆文
（互动＞5,000）

整体阅读对比博主日常数据

190%

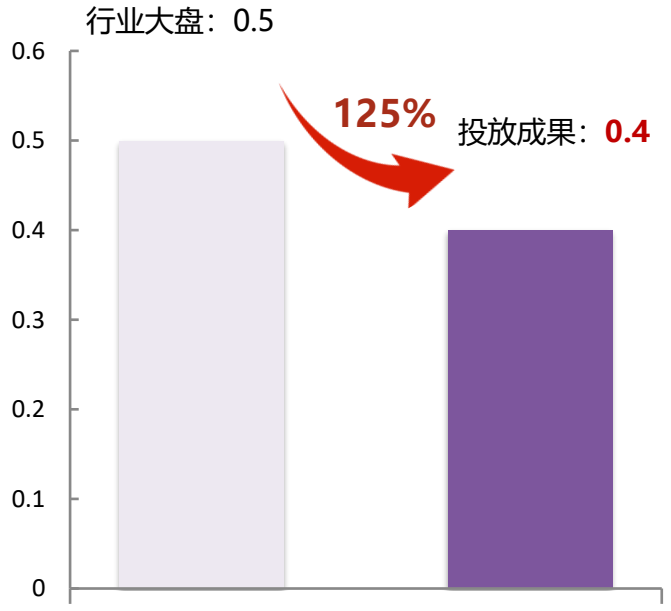
整体互动对比博主日常数据

206%

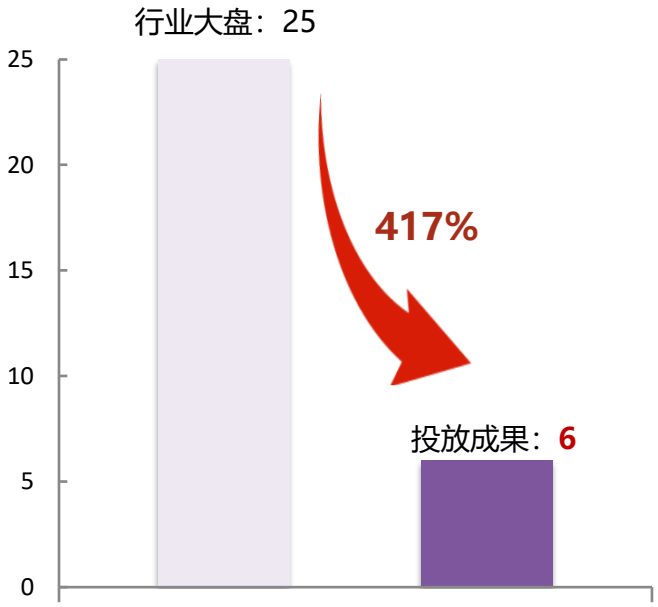
效果&反馈

阅读“互动“搜索成果刷新行业大盘，实现**「内容心智」+「流量转化」**双收割

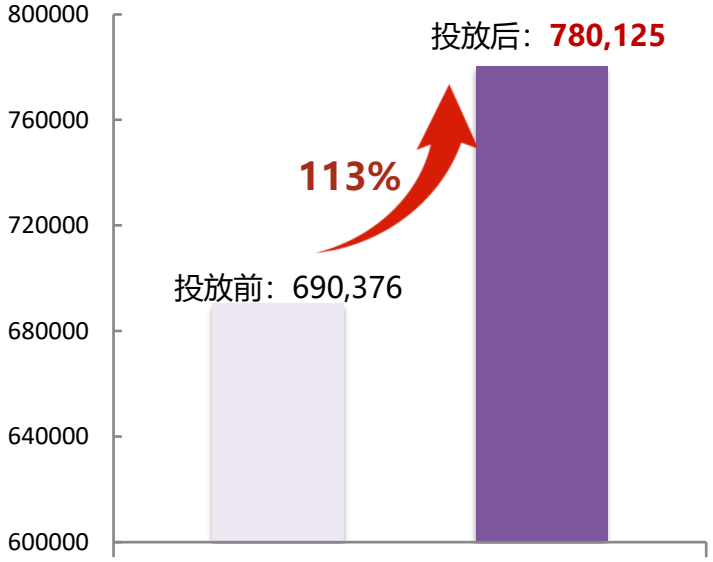
阅读成本



互动成本



搜索数



效果&反馈

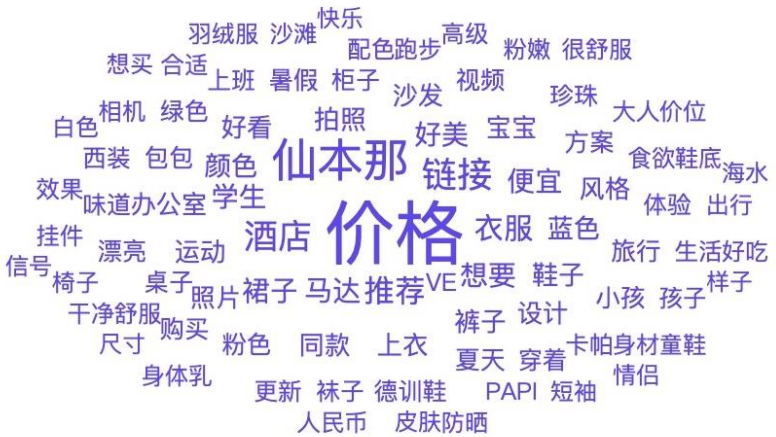
投放前

内容词云前后对比

伞兵裤&德训鞋
已占据用户心智

投放后

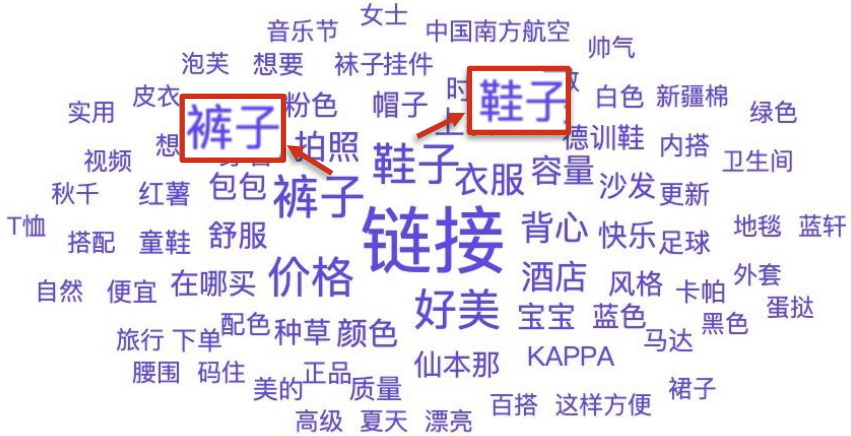
投放前



评论词云前后对比

最多人问
鞋子/裤子的链接

投放后



效果&反馈

种草内容**激发用户购买欲望**，提升购买转化率

询问产品链接/品牌

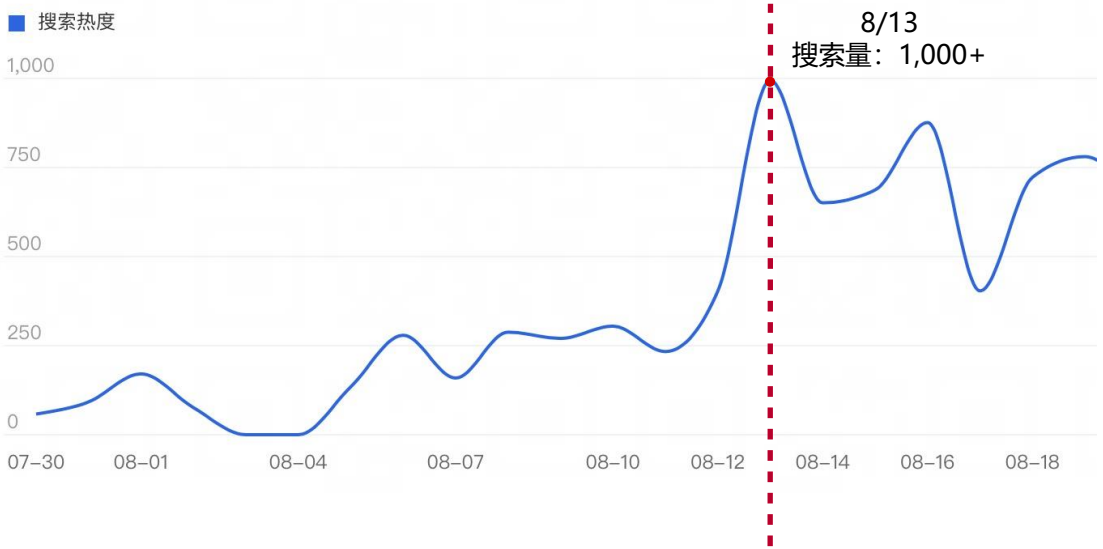
询问颜色/穿着尺码

效果&反馈

自然流量下实现「搜索」+「进店」转化，打破平台壁垒，精准收割用户

投放期间内，KAPPA天猫期舰店转化增长率达**52%**
访问增长率达**12%**以上

投放期间内，KAPPA伞兵裤搜索总热度达**3,869**
其中8/13搜索热度达**1,000**



效果&反馈

HOT 热销第1名

卡帕Kappa TIFO德训鞋

本店板鞋热销第1名

¥529.52 折后价

销售转化

优质内容
激发购买

站外
导流

种草转化

收藏商品
提升购买转化率

NEW 收藏第1名

卡帕Kappa 伞兵裤2023

本店运动长裤收藏第1名

¥599

效果&反馈

内容投放

多场景/多角度/多人群扩散
高性价比打造KAPPA伞兵裤热潮

CPC：0.4

CPE：6

优质内容提升品牌兴趣度
触达更多目标客群

扩大流量入口
帮助导流电商转化

触达人群

锁定目标客群
以用户喜好靶向触达TA

触达：890,000人

多效引爆平台&产品热度
Social + EC双收割

精准狙击目标TA
流量高效变现

销售转化

已爆款带新品的方式，带动多品销售

伞兵裤—店铺运动长裤

收藏第1名

德训鞋—店铺板鞋

热销第1名