

| 诚实一口x小红书： 一场虚拟“田园调查”，助力登上618销量王

- ◆ 品牌名称：诚实一口
- ◆ 所属行业：宠物食品
- ◆ 执行时间：2024.04.01-06.30
- ◆ 参选类别：内容营销类

● 背景&目标

重重竞争中拼出花路 正式跻身TOP10猫粮品牌



起步晚，进步快

洞察用户对价格的【高敏感】，撬动李佳琦出位

16年底

成立公司
投入宠物营养&健康研究

18年底

诚实一口品牌立项

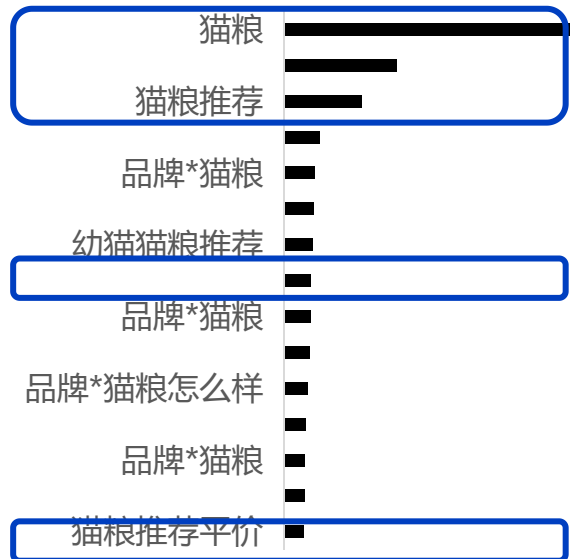
20年初

正式入驻天猫

21年初

正式入驻京东

24年Q1小红书猫粮相关搜索词top15



猫粮品牌搜索排名
(23年1月)

品牌1
品牌2
品牌3
品牌4
品牌5
品牌6
品牌7
品牌8
品牌9
NO.22诚实一口

猫粮品牌搜索排名
(24年1月)

品牌1
品牌2
品牌3
品牌4
品牌5
品牌6
品牌7
诚实一口
品牌8
品牌9

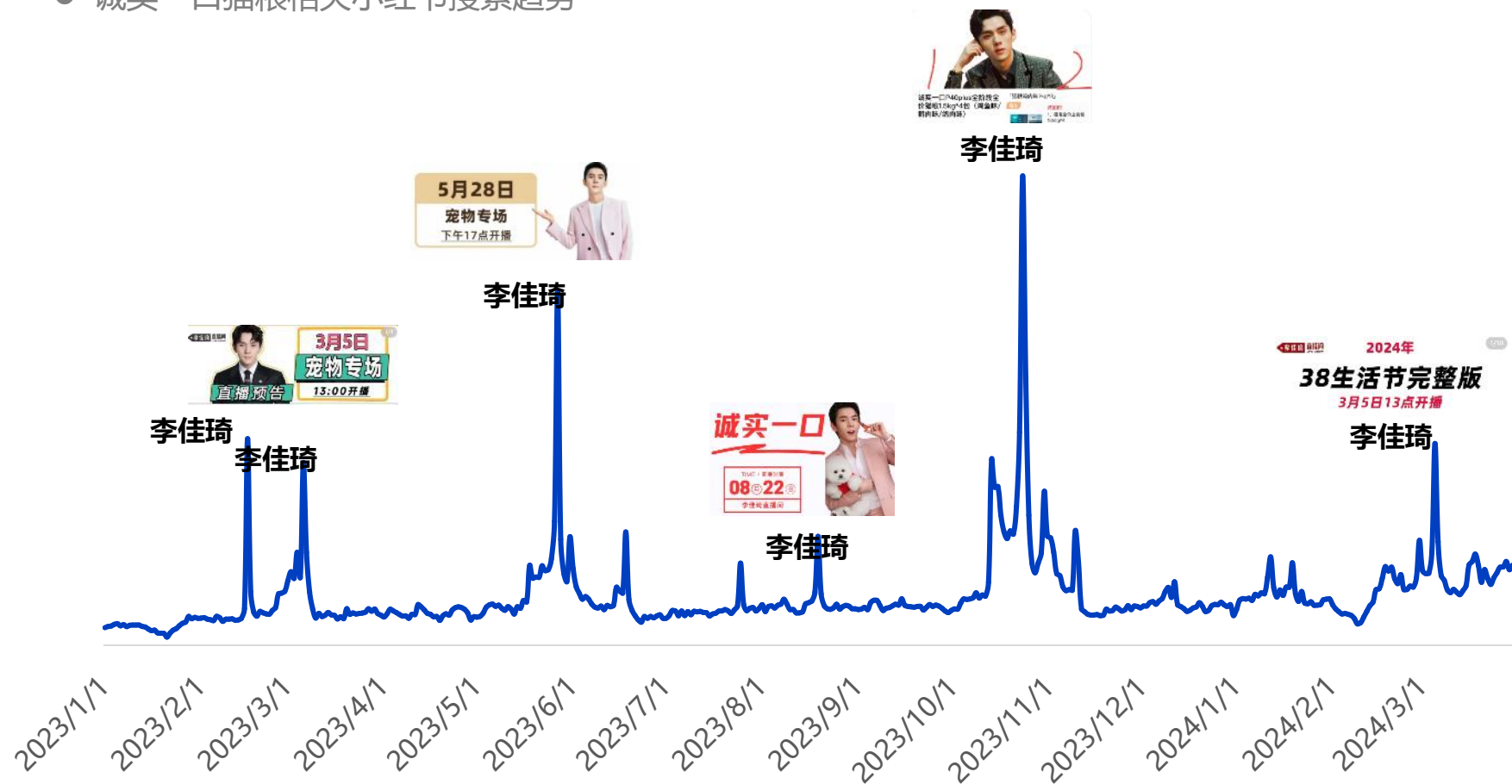


● 背景&目标

热度不稳波动明显

直播停播期陷入流量冰点

- 诚实一口猫粮相关小红书搜索趋势



惊喜价不再有惊喜 日常价再也不日常



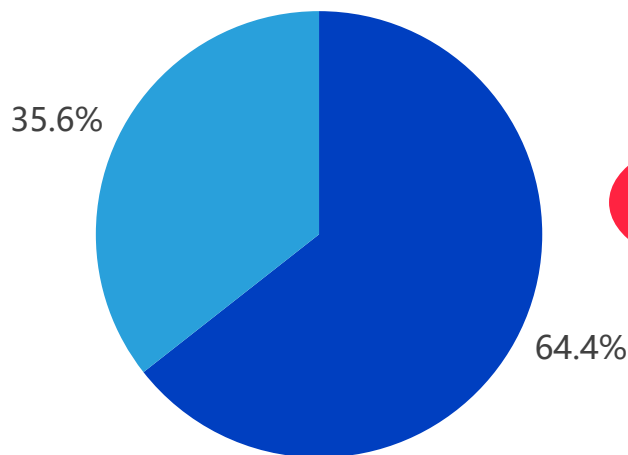
● 背景&目标

内容竞争走向怪圈 笔记高度同质化，用户选粮焦虑

高投入笔记题材类型TOP5

高产品，弱场景

24年3月诚实一口在投笔记类型



产品类
超60%

■ 产品向笔记 ■ 场景向笔记

一个普通用户视角下的品牌搜索页面



一屏两篇测评笔记，看完对比更焦虑

品牌诉求：能不能生意和口碑的双料增长？

不做测评做什么？

用户到底爱看什么？

怎么和对手做出区隔？



李佳琦≠低价怎么做？

品牌路人缘怎么提？

AO热度在线可能吗？

品牌的问题，只有真·用户才能真·回答！

破局思路

从品类思维转向用户思维



先做用户爱看的内容

▶ 跳开同质化的强产品向笔记
更关注用户对平台内容的诉求变化

再做用户最爱的品牌

▶ 撕掉直播间低价品牌的印象标签
放大品牌的“人感”温度

最终获得生意成功

▶ 形成品牌和用户的双向奔赴
实现品牌生意和口碑的双料增长

3步走 **【用户本位】** 运维策略



媒介&执行

一方/闭环都还在推进中的情况下

如何在小红书快速定位诚实一口的实际购买人群？

在小红书上发布品牌产品使用感受的笔记发布者们！

✓ 我们希望找到的用户

实际使用过
诚实一口产品

日常活跃
在小红书平台



排除品牌合作/求购&咨询，并且在帖子有明确产品使用的笔记共计**4675位**

媒介&执行

诚实一口笔记发布人群画像



人群聚合分析能得到的结论有限
诚实一口需要更深入的【用户扫描】



某诚实一口用户的小红书主页



在成为一个数据id之前，TA也是一个活生生的人

媒介&执行

用户扫描：聚焦个体，做一场4675个用户的调研

整理新增笔记&作者名单

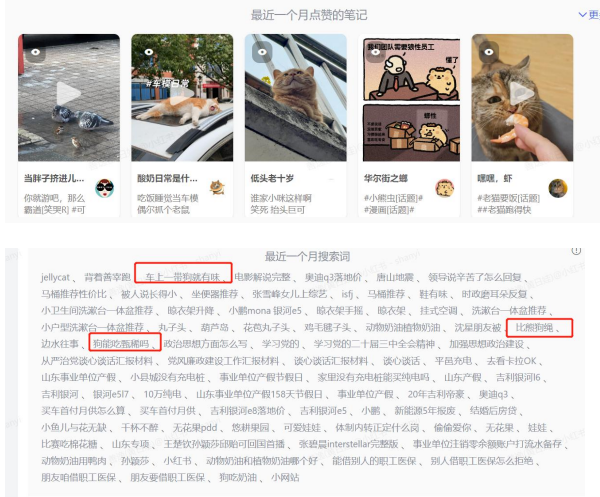
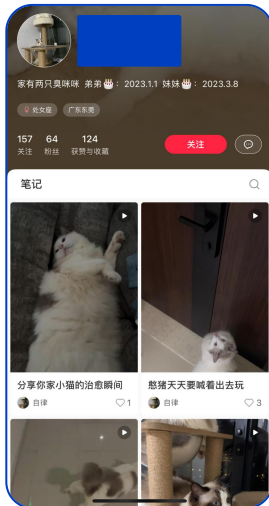
借用小红书【用户画像平台】梳理用户基础信息

排除晶合/官号笔记，整理作者id

主页观测

近30天点赞/阅读行为观测

梳理总结

[illegible]

年齡

性别

城市

养宠情况

品牌接触点

偏好内容1

偏好内容2

偏好内容3

借助小红书的【田园调查】，让品牌距离用户再近一点



一猫一狗

27岁，广东广州，女
喜欢诚实一口因为吃了没泪痕

- ✓ 肠胃不好准备中药调理
- ✓ 周末喜欢探店吃美食
- ✓ 准备买一个美容仪



一猫

24岁，广东东莞，女
因为小奶猫挑食换成诚实一口

- ✓ 恋爱的暧昧阶段
- ✓ 最近想买公路车
- ✓ 爱看打工人搞笑文案



两猫

22岁，广东深圳，女
软便换诚实一口后改善明显

- ✓ 练习编辫子技能
- ✓ 文员在职
- ✓ 苦练excel操作方式



一猫

26岁，辽宁盘锦，女
日常皇家，尝鲜入手餐盒

- ✓ 出国留学准备中
- ✓ 喜欢玩剑网三
- ✓ 非常精致养猫类型



一猫

29岁，江西宜春，女
猫咪不挑所以经常换粮

- ✓ 正在装修，每日记录
- ✓ 喜欢特种兵旅行
- ✓ 最近在追热门电视剧



一狗

22岁，天津，女
教学辨别假货所以发布笔记

- ✓ 做功课买了扫地机器人
- ✓ 最近考虑买德文
- ✓ 喜欢翡翠

升华个体共性，总结被“遗漏”的用户特征

行为路径上

女性更发散，男性更线性

女性被有趣内容吸引，男性偏好直接链路

典型女性用户的搜索链路



Jellycat-车上一带狗就有味-电影解说完整版-奥迪Q3落地价-领导说辛苦了怎么回复-被人说长得小-丸子头-猫猫能吃甄稀吗-家里没有充电桩能买电车吗-猫粮推荐-国产猫粮避雷-买车首付月供-体制内转正定什么岗-借职工医保怎么拒绝-猫咪能吃动物内脏吗-动物奶油植物奶油-事业单位产假-10万纯电-新能源五年报废

典型男性用户的搜索链路

布偶第一针疫苗什么时候打-奶糕粮和幼猫粮的区别-A猫粮-幼猫猫粮推荐-A猫粮和B猫粮哪个好?



内容偏好上

以内容群落定位三大用户类型

90后小姐姐

- ✓ 爱美
- ✓ 关注时尚
- ✓ 偏好追剧
- ✓ 回忆杀
- ✓ 部分已婚已育



关注多元
生活压力大

都市打工族

- ✓ Excel等技能学习
- ✓ 搞笑内容舒压
- ✓ 周末美食探店
- ✓ 假期旅游放松



占比最多
偶尔很丧

初出校园人

- ✓ 各种vlog偏好
- ✓ 电子闺蜜
- ✓ 5G冲浪热点
- ✓ 偏好恋爱/情感等
- ✓ 二次元需求



最最活跃
愿意尝鲜

媒介&执行

改善内容：以实际调研结果，针对三大人群类型构建内容触点

90后
小姐姐

聚集【影视内容】偏好

童年男神尼尔叔叔
回忆杀x猫咪食堂种草！



CPE: 4.5

原投流预算
提升7倍

共鸣永远
必杀技！

♡ 47.4万 ☆ 20.6万 5061

都市
打工族

聚集【职场】偏好

白天打工晚上打碟
挣钱都给猫咪挣口粮！



CPE: 4

外核丧
内核积极

原投流预算
提升3倍

初出
校园人

聚集【情感】偏好

日系治愈感电子闺蜜
一个人也要好好生活系列！



CPE: 14

治愈系
陪伴视频

原投流预算
提升4倍

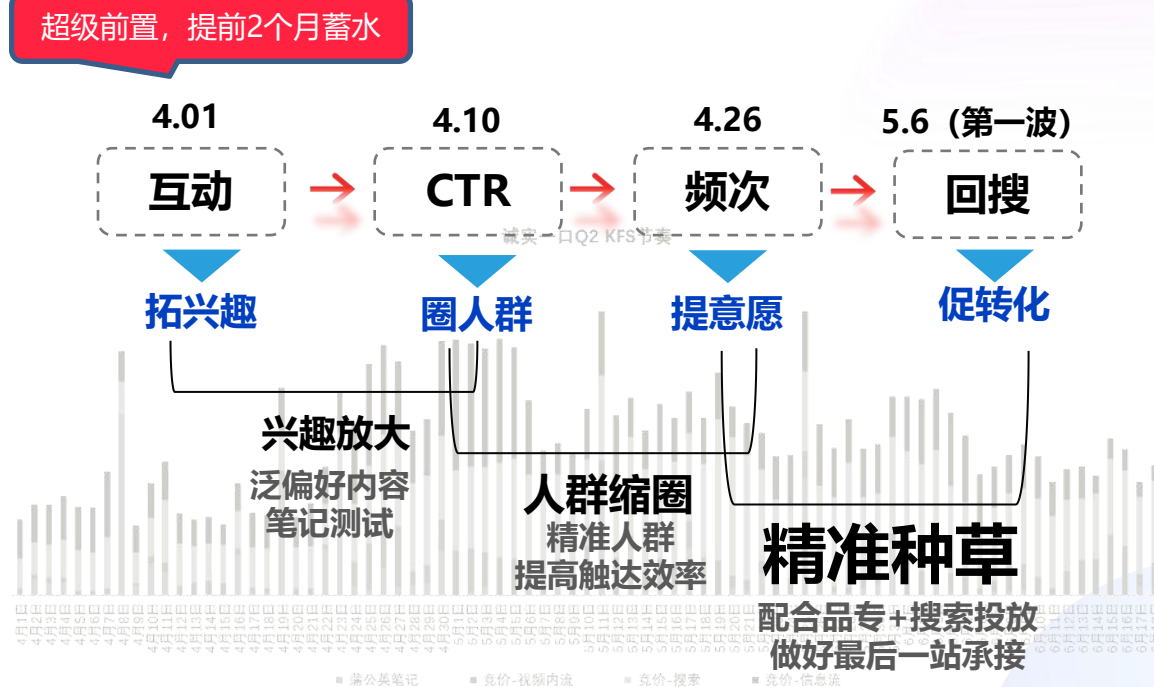
媒介&执行

泛偏好内容x精准投放人群包，分阶段指标做好种草

3大泛偏好内容x3大精准品类人群包



配合时间轴公式，按照大促节奏观测指标



● 媒介&执行

直播间视线转移：李佳琦粉丝“转生”成为品牌老板粉！

*Only*记住李佳琦？



老板&老板娘一起上直播



宠粮届的“孙干”出道！



吕依凌Olivia

小红书号：8645080013 | IP属地：上海

intj|淡人|楼子多
复旦|沃顿|联合利华|宝洁
家里有2只猫，公司里还有7只猫
心头宝：@诚实一口

34岁 上海静安 品牌创始人

3.2万 粉丝

6.9万 获赞与收藏

聊职场比聊
猫粮更涨粉！



欢迎收看我的爽文人生！

吕依凌Olivia 3.4万

大女主职场人生！



一招硬控强势的同事！

吕依凌Olivia 6979

职场话题讨论



诚实一口：我做公益就是作秀

吕依凌Olivia 4670

猫粮负面回应

● 媒介&执行

放大公益发声：诚实一口4199拆蛋专家

#诚实一口4199拆蛋专家#话题收获1685万次浏览，在618大促期间也坚持为更多流浪小猫提供拆蛋服务



感谢诚实一口的拆蛋大礼包~

藏喵岛HBUE



绝育光荣榜 | 莎莎

CUG爱不流浪



恭喜“那个”领取诚实一口绝育光荣卡!

广科绝育猫猫教



公益笔记数量占比

12%

公益笔记消耗占比

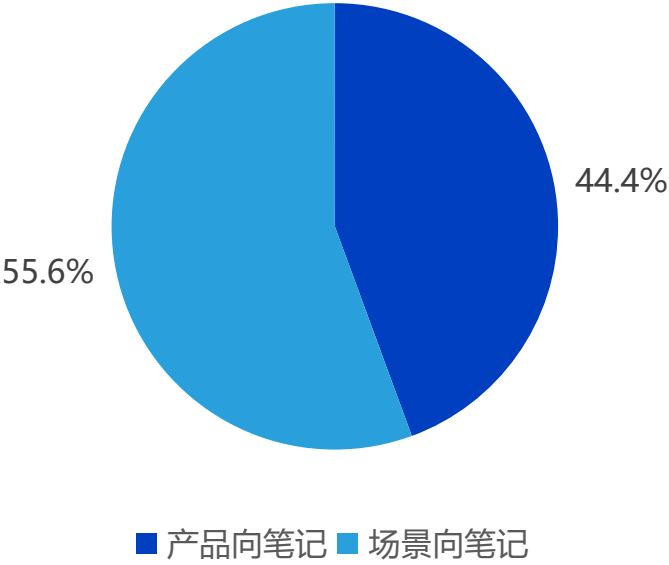
86%

* 占品牌建设笔记总消耗

诚实一口内容矩阵更健康，整体投放效率显著提高

24年Q2诚实一口在投笔记类型

场景向 > 产品向



横测 ↓ 14%
单品 ↓ 6%

投放表现	CPM	CPC
24年Q2	45	大盘的58%
24年Q1	69	--
宠物食品大盘 (24年Q2)	51	---

赋能声量和生意双增长，整体品牌表现远超预期！

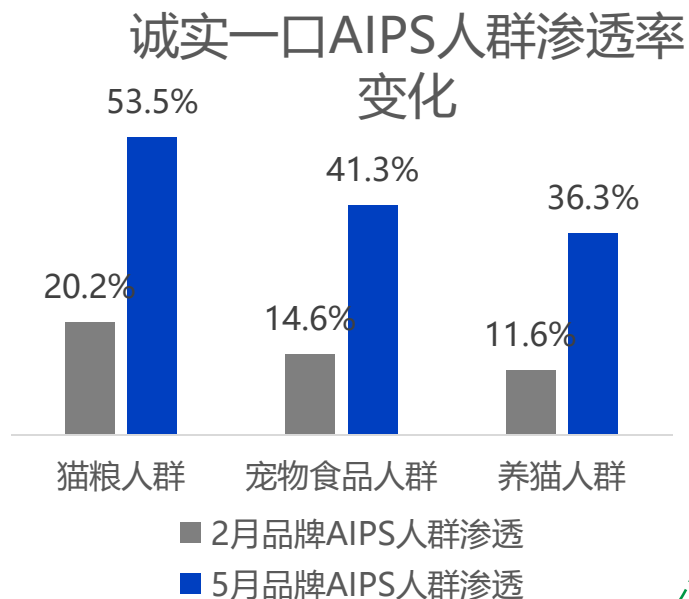
品牌搜索表现

NO.22逆袭成TOP2



人群渗透对比

猫粮品类人群渗透率超50%



站外生意情况

登顶天猫全行业T01



● 效果&反馈

好的洞察影响是持久的：**品牌口碑提升明显，超越行业均值！**

NPS

笔记NPS

诚实一口

45.46

行业均值

42.45



老天奶.....满屏的猫粮冻干.....



65



感谢诚实一口对流浪猫的
赞助诚实一口蛋白超人...



0



沉浸式体验
养猫人放学后的日常



17



诚实一口我直呼牛逼!!!



2