

## 小米618大促品效闭环解决案例

- ◆ 品牌名称：小米
- ◆ 所属行业：家电类
- ◆ 执行时间：2024.04.08-06.28
- ◆ 参选类别：全链路营销类

# CONTENTS



## 01

### 项目背景

PROJECT  
BACKGROUND & TARGET

品牌背景 · 投放背景 · 项目目标

## 02

### 项目策略

PROJECT  
STRATEDGY

传播主题 · 品牌产品 · 策略打法

## 03

### 执行回顾

PROJECT  
EXECUTIVE REVIEW

事件发起 · 事件引爆 · 引导消费

## 04

### 执行成果

PROJECT  
HIGHTLIGHT & RESULT

品牌亮点 · 转化亮点 · 数据亮点

### 品牌背景

小米生态链，以智能家居为入口，打造高质价比的家庭生态，目前已布600+SKU。  
**如何顺势市场趋势，拉升更多品类市场，并源源不断输出爆品？**

### 投放背景

618大促期间，高效占据营销节点流量，放宽品类边界**组合生态链趋势SKU**，打产品团战“组合拳”，完成更大势能的**场景化品类融合**，并打通**站内站外引流链路**，冲刺**站内618销量**。

**打团战**

**融场景**

**促销量**

01.

## 市场趋势

### 健康化：

#### 自在安心健康，才是对生活的负责

后疫情时代，国民对舒适居住环境要求和健康身体的关注带动了家电家居品类消费增长。

空气净化

油烟净化

运动家电

### 智能化：

#### 做个精致的懒人，让家居为我服务

随着收入不断增长，改善家庭环境，让家居生活更安全、更便捷、更舒适、更健康成为了越来越多居民的选择，智能家居开始走入千家万户。

智能门锁

智能厨房

智能运动

## 品牌优势

### 小米=高质性价比

选小米总不会出错

品牌优势大√

市场利好√

### 健康化 X 智能化

小米智能门锁M20+小米人脸识别智能门锁X

净烟机P1+米家全效空气净化器

米家智能空气炸锅4.5L+米家智能轻音破壁料理机

米家智能跑步机+米家mini筋膜枪



# 01.

PROJECT  
BACKGROUND  
& TARGET

## CHALLENGE

01

产品内卷，同品类单品差异化小优势小  
打造产品场景组合，撬动更强种草力

02

多款产品，结合品牌高效曝光  
打造品牌社交黑话，撬动更大话题力

03

拉新消费米粉复购，让用户选择多款产品  
打造全域消费通路，撬动618更大销售力

实现

占据流量高地

创造品牌社交黑话 | 产品矩阵场景组合

X

占据营销高地

全局消费链路打通 | 全面场景种草

达成共创营销品效合一

01.

# CONTENTS



01

## 项目背景

PROJECT  
BACKGROUND & TARGET

品牌背景 · 投放背景 · 项目目标

02

## 项目策略

PROJECT  
STRATEGY

传播主题 · 品牌产品 · 策略打法

03

## 执行回顾

PROJECT  
EXECUTIVE REVIEW

事件发起 · 事件引爆 · 引导消费

04

## 执行成果

PROJECT  
HIGHLIGHT & RESULT

品牌亮点 · 转化亮点 · 数据亮点

生活空间

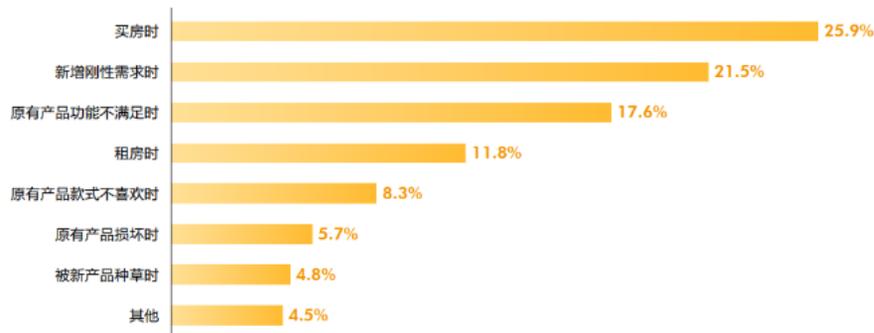
生活节奏

布置新家 + 好友宠爱 = 小米生活

Q 什么样的情况下，我们会同时购买多款家电产品？

新装修  新搬家  新变化  新生活

用户购买家居用品的主要场景



数据来源：2023家居行业用户调研，巨量基数，N=1,788

Q 我们的产品充当着消费者生活中什么样的角色？

新房子  新成员  新方式  新需求



# STRATEGY 核心策略

以创意社交玩法为载体，层层渗透触达多层次消费者，精准刺激消费抉择  
占领618流量&营销高地，完备传播链路实现品效合一

占据流量高地

占据营销高地

品牌 核心 泛 精  
产品 表达 米粉 扩列 圈层 汇集 圈层

第一层效果传达  
明星跨界联合  
社交黑话出圈



第二层强势曝光  
娱乐话题加码  
裂变造就爆款



第三层精准汇集  
精准场景触达  
深度种草引流



STRATEGY  
创意主题



# #新加的好友#



“暖房的朋友刚进新家里  
又加了两个新朋友”

“新来的小朋友  
让呼吸都成为头等大事”



# 宠爱 Love 你的每一刻

新生活节奏+新生活空间

STRATEGY  
创意亮点

# 把事情搞大

谁的跨界联合最意想不到?  
多款产品联合谁的表现力最强?

用生命在缝缝儿的**缝缝王**

**蒋诗萌**

喜剧演员

“蒋诗萌在中间串联了所有人的状态，什么样的剧情她都能给缝起来，还缝得非常好”

# 黑话出圈

产品表达+扩列泛圈层

**戏精**  
相互飙戏

**家电**  
拟人互动

**冲突**  
花絮热议



#新加的好友#

我不会成为一名合格的戏精



#蒋诗萌新加的好友同款宠爱#



STRATEGY  
创意亮点

# 心智深耕 汇聚精圈层



@守门霸总

只有你的面容最能打动我的“芯”

@净心生活大师

油烟味？空气差？  
不存在的！净烟效果看得见！

@生活管理大师

别让卡路里卡住你的爱

## TA超爱的 博主梦幻联动！！

“刷十个博主，五个都在晒新加的好友？！！”



玩转平台兴趣流量推荐机制，  
精准圈层反复触达，兴趣场景精准触动



### 夏日运动减肥



精准体脂掌控 精准心率跟跑  
最佳自律CP，身体更轻盈



### 性价比新家装修



这一次按照自己的想法布置新家  
全屋智能家电，小爱同学全掌握



### 新成员新生活



为新来的小朋友准备最健康的空气  
最佳净化CP，空气更安心



### 独居精致生活



早安打工人，晚安打工人  
宅家更舒适，心情更轻松

# CONTENTS



## 01

### 项目背景

PROJECT  
BACKGROUND & TARGET

品牌背景 · 投放背景 · 项目目标

## 02

### 项目策略

PROJECT  
STRATEDGY

传播主题 · 品牌产品 · 策略打法

## 03

### 执行回顾

PROJECT  
EXECUTIVE REVIEW

事件发起 · 事件引爆 · 引导消费

## 04

### 执行成果

PROJECT  
HIGHTLIGHT & RESULT

品牌亮点 · 转化亮点 · 数据亮点

REVIEW  
创意事件

# 蒋诗萌

## 新+的好友

# 喜剧演员蒋诗萌 戏精上身 与家电飙戏

反差&经典角色COS  
趣味化学反应 爆笑全网  
引爆亿级曝光



都说我是戏精，  
我最近新+了一波比我戏还多的好友！  
这群新家的好友嘎嘎能整活儿。  
别看刚认识，但关系老铁了！

我不会成为一名合格的戏精



油烟 气味 pm2.5统统吸

# 营销场景



## 话题发酵 炒热出圈

# #蒋诗萌缝缝王 转行缝家电#



### 蒋诗萌喜剧跨界米家家电 要成为家电缝缝第一人?!



## 娱乐账号矩阵热议 明星花絮回应热点

### 引流小米618专属福利

# 流量拉新

# 营销场景



共鸣场景 高频触达

# #蒋诗萌新加的 同款宠爱#

## 独居新生活



## 减肥新攻略



## 自由新生活



为品牌聚合两大流量池  
**3598.6W浏览量**

品牌在家电行业SOV指数  
**波动提升173%**

心智种草

# 营销效能



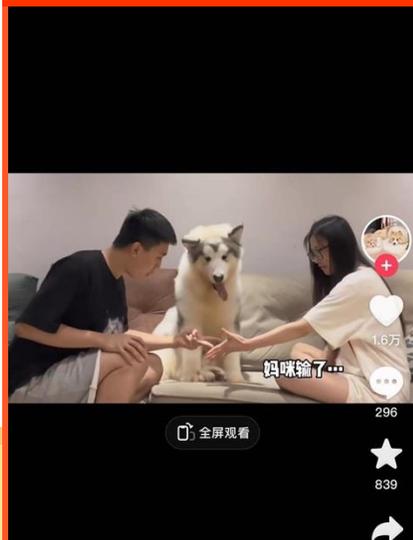
口碑证言 刺激消费

# #新+的好友# 的宠爱方式

## 亲子家庭证言



## 宠物家庭证言



## 新装修证言



## 新改造证言



平台抽总投放的50%

# ROI ≈ 1:3

引流  
消费

# CONTENTS



## 01

### 项目背景

PROJECT  
BACKGROUND & TARGET

品牌背景 · 投放背景 · 项目目标

## 02

### 项目策略

PROJECT  
STRATEDGY

传播主题 · 品牌产品 · 策略打法

## 03

### 执行回顾

PROJECT  
EXECUTIVE REVIEW

事件发起 · 事件引爆 · 引导消费

## 04

### 执行成果

PROJECT  
HIGHLIGHT · RESULT

品牌亮点 · 转化亮点 · 数据亮点

HIGHLIGHT  
话题传播



# 品牌黑话强势破圈 多SKU强势销售增长

场景融合

拉动生态链  
多产品生长

明星势能

拉升品牌流  
量全面爆发

创意玩法

种草+TVC  
联动造势

HIGHLIGHT  
销量转化

种草有方 转化有效

618小红书监测 

ROI  $\approx$  1:3



HIGHLIGHT  
推广效能



品牌曝光

达成率

103%

品牌互动

达成率

200%

话题热度

增长

3100W+



爆文率

57.14%

品牌曝光达成率

169.45%

引流站内成交

205W+