

SANC盛色联合京东3C采销探厂直播

- ◆ 品牌名称：SANC盛色
- ◆ 所属行业：3C-电脑组件-显示器
- ◆ 执行时间：2024.08.10-08.28
- ◆ 参选类别：经营增长



背景&目标



品牌排名增长停滞

我们品牌入驻自营以来，市场排名较快的进入了前十，但进一步的增长乏力。

市场需求增长

8月9月开学季即将到来，市场需求将会快速增长，但是现有的品牌认识不足，影响转化的进一步提升。

品牌认知不足

作为制造代工工厂的自创品牌，市场知名度不高，我们希望通过直播这种新的方式，展示我们制造的实力。以得消费者信任，建立品牌忠诚度。





背景&目标

放大
流量

多渠道引流

站内外全渠道资源投入，提高SANC盛色联合京东3C数码采销探厂直播的声量和关注度，进而提高直播及其品牌的关注及流量。

提高
转化

打消疑虑

通过探厂直播中展示制造及品牌实力，实时解答消费者疑问，互动环节增强用户粘性，消除购买疑虑，达到促进销售转化的目的。

份额
增长

品牌提高

京东采销的探厂直播活动，让消费者见证产品从原料到成品的全过程，通过实时互动解答消费者疑问，深化消费者对品牌的理解和认同。



背景&目标

150%

流量放大

目标直播当天店铺访客，相对于上个月日均访客，增长150%以上。

160%

转化提高

目标直播日店铺成交量，相对于上个月日均成交量，增长160%以上。





● 站内策略



● 站内资源位

针对性选择符合目标人群的资源位，触达目标人群，通过精准营销和优惠券发放，增强用户购物体验。

● 站内广告

提高站内广告预算，通过精准定位，吸引目标消费者，确保站内广告的高效转化，促进产品销量的增长。

● 直播噱头

通过很有吸引力的利益点，吸引客户点击进来，从而进一步了解我们的产品和品牌。

● 留客转化

通过互动环节和限时优惠，提升用户参与度，激发用户购买热情，促进销量增长。



● 站外策略

● 官方微博

京东官方微博发布直播预告，并联合品牌商家进行预热宣传。通过社交媒体平台扩大影响力。提升活动的参与度和关注度。

● 百万粉UP

邀请知乎、B站百万粉UP主、直播前预热，直播中带动粉丝增加直播人气、全程参与直播，扩大品牌影响力。

● 抖音视频号

品牌商家在其他新媒体渠道，发布直播预告，并联合UP主进行预热宣传，包括电视台等，进一步扩大影响力，实现目标用户的有效触达。

● 线下广告

京东之家全国电梯厅，等线下渠道进行预热，覆盖触达新媒体的空白区域，有效提高品牌曝光度。





● 执行流程

预热期

提前进行了全方位的宣传预热、
覆盖站内、站外、线下



爆发期

站内资源和推广集中投放、直播前
再次预热，直播中通过红包抽奖等，
吸引客户全程参与直播增加人气，
扩大品牌影响力



返场期

充分利用直播的热度和切片，
进一步全方位宣发，为品牌带
来持续的曝光和关注





● 预热期

全渠道宣发

京东站内发布直播预告视频，进行预热

新媒体B站，抖音等直播切片等宣发预热

资讯APP、今日头条、亿邦动力、科技快报、比特网、官方微博等宣发预热





爆发期

全渠道宣发

京东站内资源和推广集中投放，为直播引流

新媒体B站，抖音等同步发布开播讯息，通过送百万福利吸引大量客户进入直播间

直播环节，通过真懂行的采销、专业UP主、专业博主，对显示器制造过程揭秘，有效的加深了用户对我们品牌的信任。





返场期

全渠道宣发

传统媒体宜宾电视台宣发;

新媒体B站, 抖音等直播切片等再次曝光

资讯APP今日头条、亿邦动力、科技快报、比特网等宣发

这些媒体广泛的覆盖到更多用户, 品牌带来持续的曝光和关注

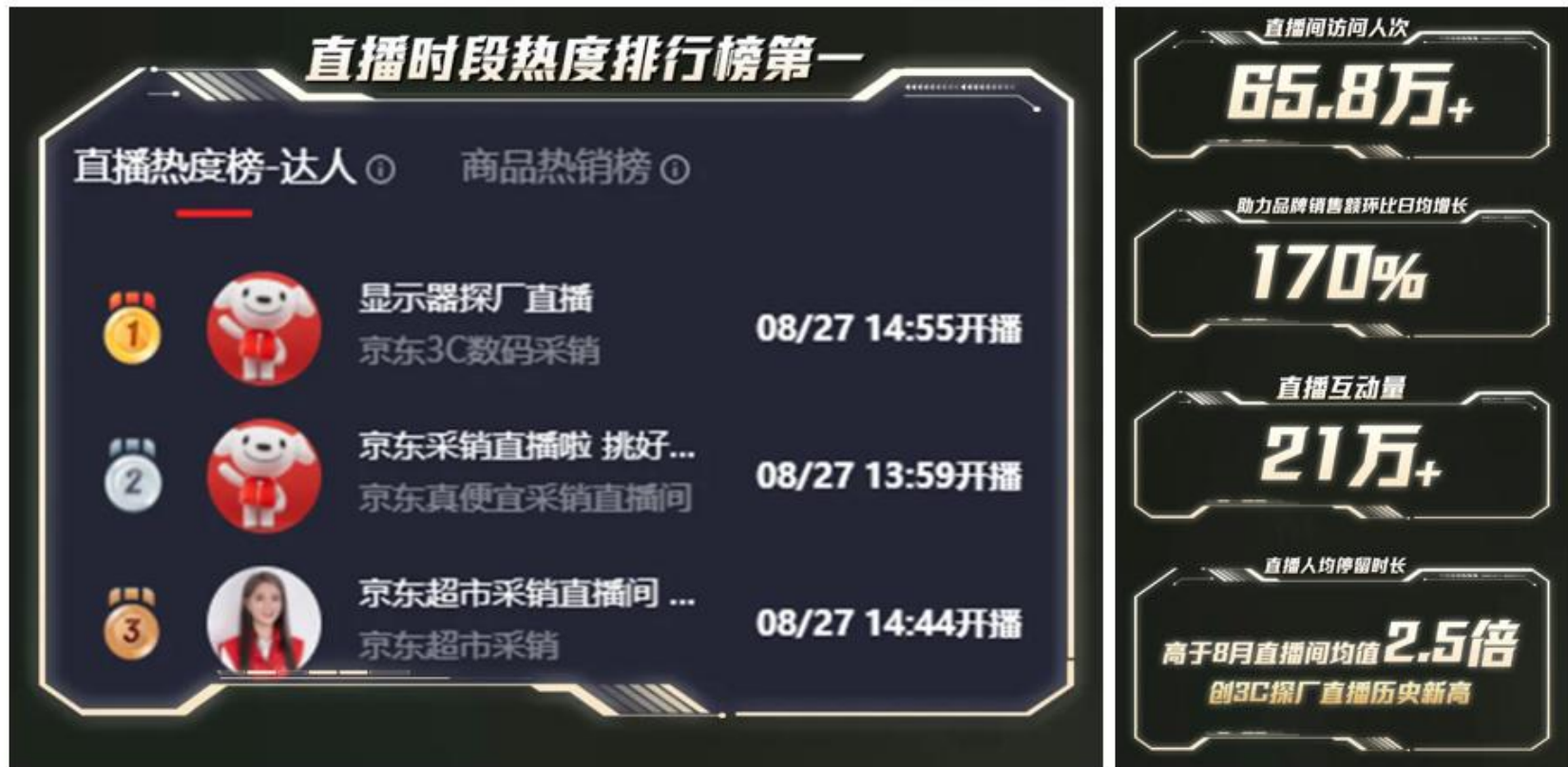




效果&反馈

历史新高

- 直播时段热度排名第一
- 直播间访问人次65.8万+
- 销售额环比增长170%
- 直播互动量21万+
- 直播人均停留时长历史新高





225%

流量放大

直播当天店铺访客，相对于上个月日均访客，增长225%，超额达成目标。



243%

转化提高

目标直播日店铺成交量，相对于上个月日均成交量，增长243%，超额达成目标。



效果&反馈



3809/单

成交单量

品牌店铺日成交单量新高



65.8/万次

直播间访客

直播时段, 热度第一



350+/万元

销售额

品牌店铺日成交单量新高

