

# 奶糖派：全方位种草占领大胸 内衣细分赛道心智

- ◆ 品牌名称：奶糖派
- ◆ 所属行业：服饰
- ◆ 执行时间：2021.01.01-06.30
- ◆ 参选类别：服饰类

## 奶糖派营销背景

### 【品牌&定位】

奶糖派专注为**大胸女性人群**设计专业的内衣, **创新性**的设计理念, 提供**以用户需求为导向**的差异化产品。

### 【挑战&机会】

但在面临内衣行业竞争激烈的行业背景下, 奶糖派困惑于精准定位目标群体, 传达品牌**大杯文胸**的产品理念, 因此迫切需要新鲜血液来获取用户对于品牌的认知。

### 【目标&方向】

奶糖派产品颜值与品牌理念上, 与小红书平台风格颇为契合,  
因此, 在小红书平台快速进行新品牌营销, 抢占用户和市场, 势在必行!

## 奶糖派市场洞察&核心策略

Euromonitor数据显示，2018年我国女士内衣市场零售额约1613亿元，同比增长7.2%，预计到2022年我国女性内衣市场容量将达到1973亿元。

据2019年天猫与CBNData联合发布的《内衣行业趋势研究》报告指出，**95后人群中，购买D罩杯及以上内衣的消费者增速明显。**

基于对用户的深入研究洞察，奶糖派在内衣市场上找到了属于自己的独特定位，**聚焦从大杯内衣市场做切入，试图打开国货品牌的新局面。**

## 执行阶段三大营销策略

### 企业号人设打造

通过调研，深挖用户特点，结合人群共性打造富有“人情味”的专家企业号。从多样化笔记形式到评论回复，全方位塑造“大胸女孩的私人管家”人设。

### 多维度占领细分赛道心智

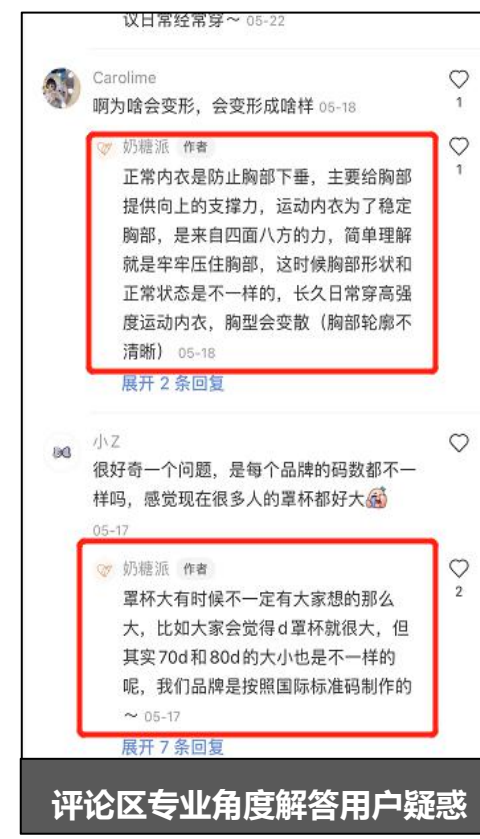
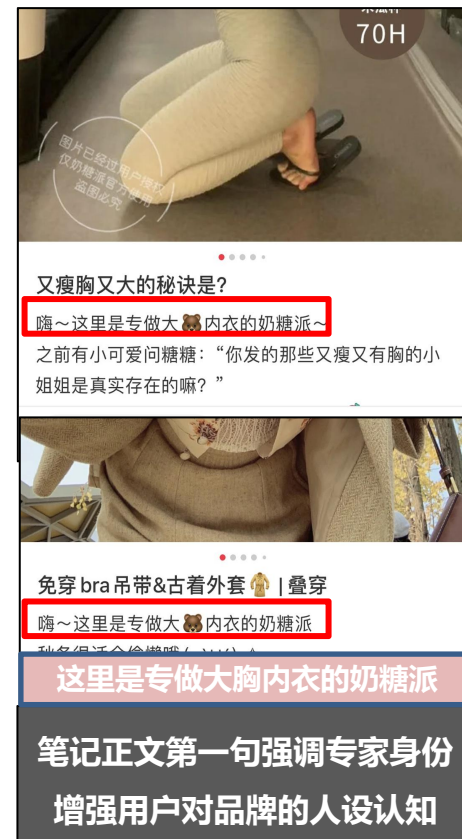
通过多角度内容搭建，强化“大胸女孩内衣=奶糖派”的用户认知。结合站内数据洞察，合理规划素材，占领追求显瘦、塑形、轻薄等细分赛道心智。

### 效果广告全方位种草

**信息流：**潜在用户全面触达/目标用户DMP定向触达  
**搜索：**布局“显小、胸型”等内衣细分品类词、奶糖派品牌产品词，并制定核心词首位KPI计划，强占领用户心智

## 企业号人设打造：全方位成大胸女性专家的人设落地

- 提高【**专家人设**】出现频率，加强用户认知
- 企业号介绍+内容科普+漫画引起用户共鸣+笔记正文引导+评论区专业解答，360°布局
- 通过信息流笔记种草全面触达用户，打造过5篇互动数过万的爆文，助力品牌提升品牌声量



## 阶段一：数据洞察发现目标用户独特需求点

### 3月大胸内衣相关词

大胸
内衣
蕾丝
<b>显瘦</b>
<b>副乳</b>
无钢圈
性感
设计
<b>透气</b>
穿搭

### 3月大胸内衣热门笔记词云

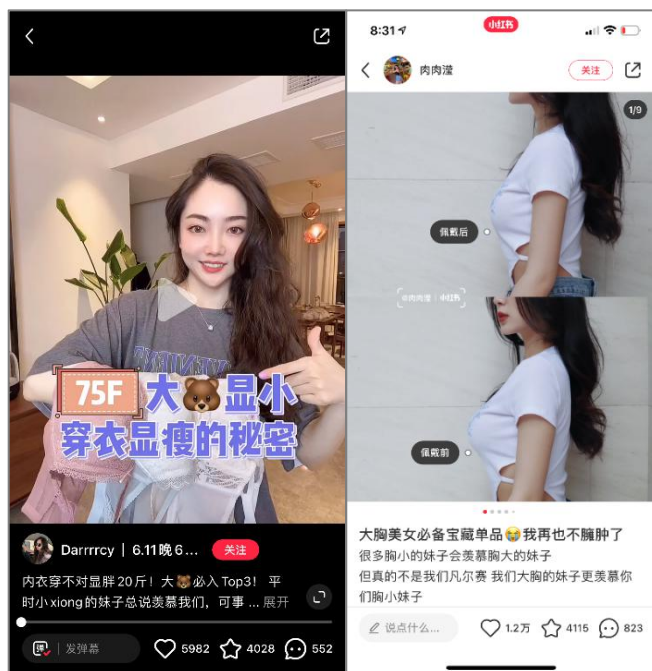


- 与普通内衣人群关注聚拢不同的是，大胸女生更加关注**大胸显小、改善胸型**。
- 同时在春夏季对于内衣**轻薄透气的舒适度需求**也有所上升。

## 阶段二：契合目标人群需求，打造高价值产品力

通过数据洞察提炼目标人群需求关键点：大胸显小/胸型调整/夏日内衣  
寻找合适优质达人针对性的产出笔记素材，并通过信息流触达+搜索拦截全面触达潜在及目标用户  
传递品牌价值的同时不断提高种草效果

### 大胸显小



通过真实试穿对比体现大胸显小的效果

### 胸型调整



防下垂，收副乳，介绍独家分胸型功能

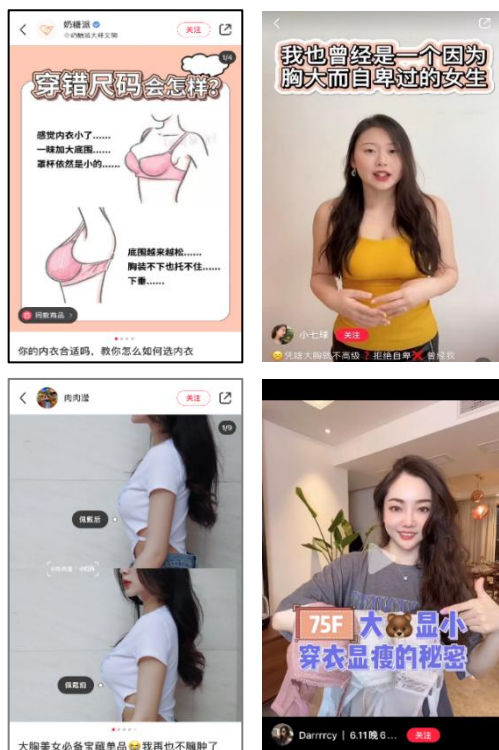
### 夏日内衣



轻薄，透气，舒适，切中夏日TA需求

## 阶段三：效果广告全方位种草：信息流切分推广目的投

### 素材选择



### 推广目的

通过带有引导在产品上的科普和漫画这类**软性素材**低成本触达潜在用户

通过契合目标用户需求的合作笔记触达**精准目标客户**

### TA圈选

- 信息流人群：18-35F，对服饰、美妆、运动等类目有兴趣
- 搜索内衣、舒适内衣、夏天内衣等品类词人群
- 搜索穿搭、OOTD等lifestyle词人群
- 搜索内外等竞品内衣竞品词人群

- 信息流dmp人群圈选：历史广告点击人群/内容兴趣人群retargeting
- 搜索大胸内衣细分品类词人群
- 搜索奶糖派品牌产品词人群

### 考核指标

CPC, CTR, CPE

全网生意



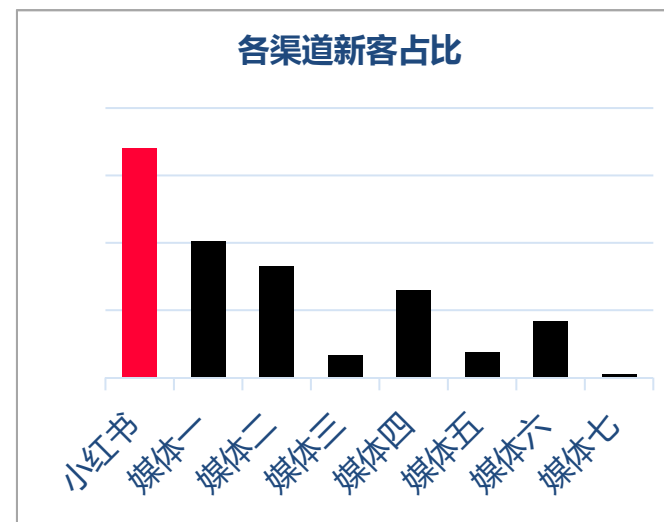
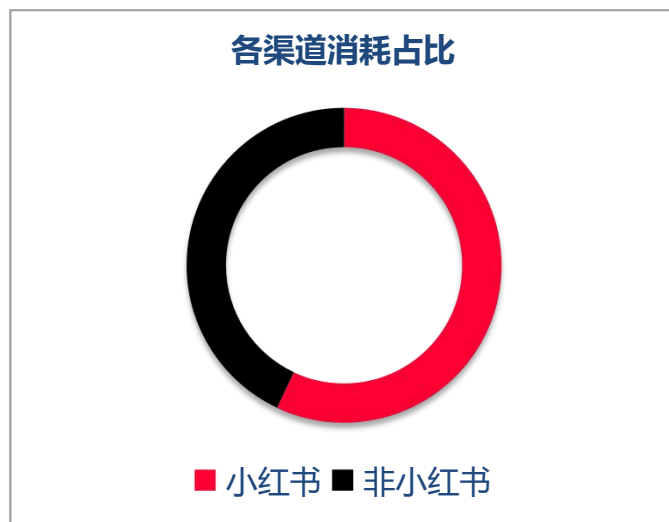
## 阶段四：搜索从细分心智到潜在场景全面覆盖

词类	品牌产品词	行业通用词	竞品词	人群场景词
关键词示例	奶糖派, 奶糖派内衣.....	大胸内衣, 内衣推荐, 大胸显小.....	同类产品词.....	夏日bra, 夏天内衣, ootd.....
承接内容	品宣/产品	结合搜索需求词呈现内容	产品-避免标题封面有较大品牌名称	强调场景使用的需求性
				
营销目标	品牌保护, 狙击核心目标用户	流量高, 狙击潜在用户, 制定大胸相关核心词首位kpi目标	提高同类产品渗透率	流量更高, 狙击潜在用户

自入驻小红书以来，从打造企业号专家人设到达人种草推广，成功**完成0-1的跨越**。

2021年618活动**前40分钟超去年全天，2小时超去年3天**业绩总额，内衣行业**店铺排名TOP10，斩获大杯文胸类目第一**

同时商家对新客回访数据显示，**有接近40%的新客消费者来自于小红书。小红书成为品牌获客渠道的NO.1。**



## 奶糖派成功占领目标人群用户心智

【大胸内衣】下游搜索词中  
【奶糖派】从3月的24名提升至6月第6名

搜索人数排名	3月“大胸内衣”下游搜索词	搜索人数排名	6月“大胸内衣”下游搜索词
1	大胸内衣显小	1	大胸内衣显小
2	穿搭	2	大胸
3	微胖穿搭	3	大胸内衣无肩带
4	减肥	4	平价显胸小内衣
5	大胸	5	内衣
6	大胸穿搭	6	奶糖派
7	内衣	7	大胸内衣平价
8	平价显胸小内衣	8	大胸穿搭
9	连衣裙	9	大胸显小
10	大胸内衣平价	10	大胸显小内衣

5-6月【奶糖派】笔记词云  
契合用户痛点，对用户笔记分享行为产生引导效果



奶糖派品牌小红书指数稳步提升，助力品牌618大卖

小红书成为品牌获新渠道的NO.1

小红书渠道获新数量与日俱增，逐渐成为品牌获新渠道**第一名**。

通过优质素材推广，奶糖派小红书指数不断增长，逐渐超过头部赛道客户，深度影响用户心智，在5-6月出现**两次峰值**。

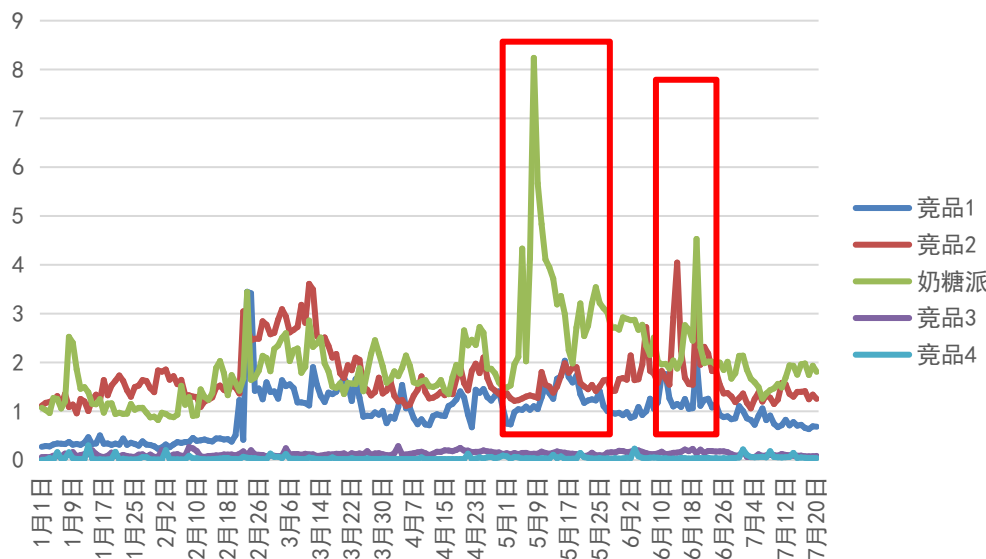
小红书助力奶糖派天猫618，奶糖派成为大杯文胸**TOP1**品牌

各渠道新客占比



■ 小红书 ■ 媒体一 ■ 媒体二 ■ 媒体三  
■ 媒体四 ■ 媒体五 ■ 媒体六 ■ 媒体七

2021年奶糖派与竞品对比的小红书指数趋势



数据来源：2021.5-2021.6 小红书数据中台