

# 京东618，快手网红带货玩转老铁经济

- ◆ 广告主：京东商城
- ◆ 所属行业：电子商务
- ◆ 执行时间：2019.06.01-06.18
- ◆ 参选类别：效果类



## 行业

随着人口红利结束，新的电商流量增长点成为困扰客户的问题；新的媒体形态涌现带来了新的机遇和挑战，传统的营销模式面临重构，用户争夺更加激烈。

## 竞品

电商市场的竞争愈发激烈，淘宝、天猫下沉，拼多多崛起，给京东带来了巨大的竞争压力，京东的行业地位面临巨大的威胁，迫切需要实现用户增长。

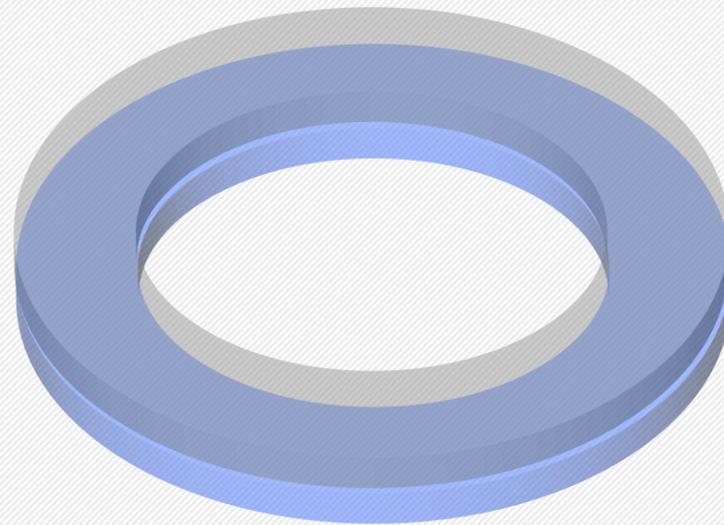
## 用户

下沉市场用户网购习惯逐渐养成，对于价格优惠，品质优良的产品需求旺盛，如何满足用户消费升级的需求成为京东面临的挑战。

## 营销目标

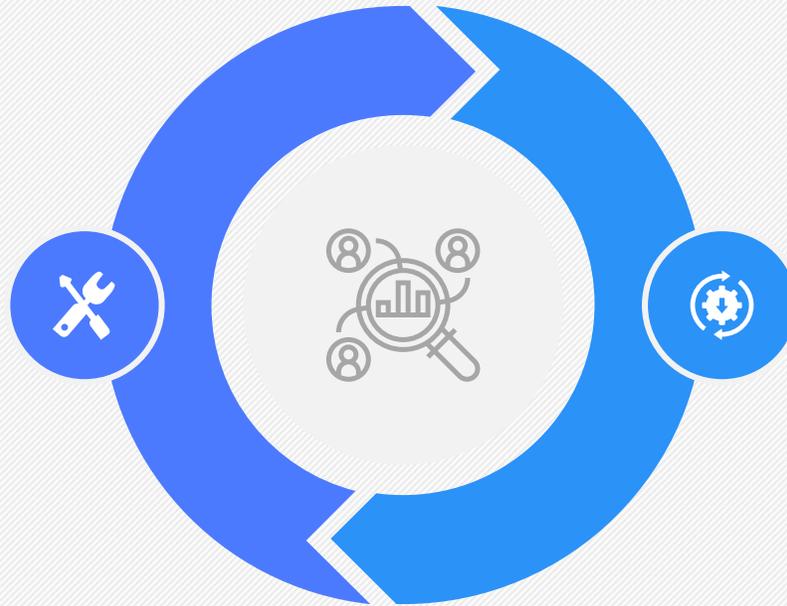


- 收割下沉市场红利，快速实现用户增长；
- 挖掘下沉市场消费潜力，实现GMV增长。



## 战略目标

- 帮助京东布局下沉市场，提升品牌知名度；
- 拓展更丰富的数字营销玩法，充分挖掘快手生态红利。



## 线上红利消退，如何实现用户增长

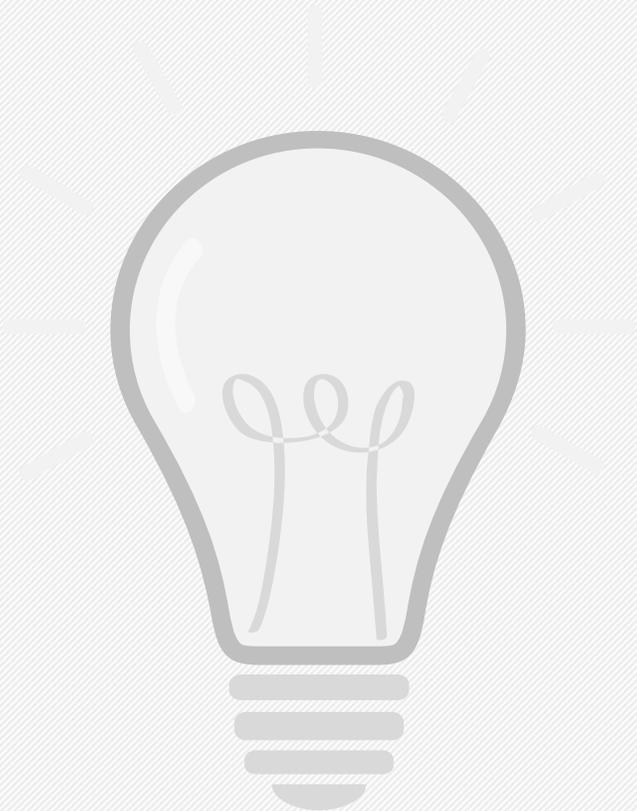
- 随着人口红利结束，新的流量增长点成为困扰客户的问题；
- 拼多多崛起，淘宝下沉，给京东带来了巨大的竞争压力；
- 京东迫切需要寻求新的增长空间，来完成高效获客。

## 618电商竞争白热化，如何实现GMV增长

- 媒体愈加碎片化，如何获取用户注意力成为困扰客户的问题；
- 在激烈的用户争夺后，如何将流量转换成销量，实现GMV的增长。

## 消费者洞察

下沉市场消费者逐渐成熟，不再仅仅关注低价爆款，而是对品质、口碑、物流有着更高的追求，抓住消费者需求，成为影响决策的关键点。



## 媒介趋势洞察

短视频、直播等内容消费已经成为用户触媒新方式，有效抢占了用户注意力，贴合用户多样化的消费需求，场景化、原生化的内容更具备吸引力。

## 话题曝光

“666生日红包大作战” 话题挑战赛

“666超低价抢好物” 话题挑战赛



A

京东618  
整合营销推广

C

B



## 效果引流

京东APP拉新

爆款单品销售

## 直播带货

明星、网红短视频预热

网红直播带货

## 选对货

- 大数据指导选品，找准趋势；
- 结合用户需求，选择合理价位；
- 产品卖点、促销利益点的挖掘。

## 抓效果

- 精准定向人群，产出多组创意；
- 产品真实展现，优惠刺激促转化。

## 找对人

- 网红类型与内容风格；
- 网红粉丝画像分析；
- 形成网红推广矩阵覆盖目标用户。

## 重执行

- 做足前期准备，视频预热；
- 多种福利，切入用户心智；
- 数据实时反馈，把控直播节奏；
- 带动互动氛围，提升转化效果。





Top  
Mobile  
Awards

# 选对货：找准电商转化链路的源头

- 找爆品：基于京东后台销售数据，选取潜力爆品；
- 筛品类：结合快手平台用户消费偏好，优选美妆、零食、日用百货等品类；
- 选价位：针对快手用户消费能力，优选畅销价位、优惠力度大的产品。



韩美肌海藻玻尿酸面膜

原价：119元30片

促销价：29元30片



三只松鼠氧气吐司

原价：75元/箱

促销价：21.9元/箱



良品铺子鸭肉大礼包

原价：45.9元/箱

促销价：38.9元/箱



乱劈才重庆酸辣粉

原价：34.8元/6桶

促销价：19.8元/6桶

# 找对人：构建网红矩阵，强化粉丝与产品之间的关联

- 选网红：根据网红类型、粉丝质量、带货能力选择网红达人；
- 建矩阵：以头部达人带动腰部、尾部达人，有效形成受众互补，扩大综合影响力。

## 韩美肌面膜推广网红矩阵

网红类型：美妆、颜值、舞蹈、宠物  
粉丝人群：年轻女性占比近九成



轮胎粑粑 芭比迪丽拉.



心心姐 悦悦的凉茶 小辉辉

## 三只松鼠网红矩阵

网红类型：美食、颜值、搞笑  
粉丝人群：年轻吃货、休闲娱乐人群



次惑小仙女



大胃王阿浩 芒果味的仙儿 大胃王韩文龙

## 良品铺子网红矩阵

网红类型：音乐、美食、搞笑  
粉丝人群：年轻吃货、休闲娱乐人群



高迪



黄金秋



二子爷

## 粉丝质量

粉丝画像  
粉丝活跃度  
粉丝与目标人群重合度

## 网红影响力

网红级别：头部、腰部、尾部  
内容影响力：播放数、点赞数、评论数

## 带货能力

快手小店数据  
直播历史带货数据



# 重执行：打通直播-销售转化链路，引爆带货效果



## 做准备

- 提前一周与网红确认排期；
- 寄送样品供网红体验，指导直播话术，强调产品卖点；
- 部署京东店铺监测链接。



## 送福利

- 发布预热视频，强调优惠力度，吸引用户持续关注；
- 网红发放粉丝专属红包，保证直播参与度。



## 控节奏

- 实时监控带货数据，灵活调整直播节奏；
- 强调限时限量信息，刺激用户的冲动消费。



## 带气氛

- 直播间弹幕引导，增强氛围；
- 评论区维护，优化口碑促进后续转化。

# 抓效果：精准触达目标人群，实现营销价值最大化

- 选定向：以鸭脖作为投放单品，精准定向15-40岁三线以下用户；
- 做创意：多样化创意展现产品使用场景，多种优惠刺激转化。

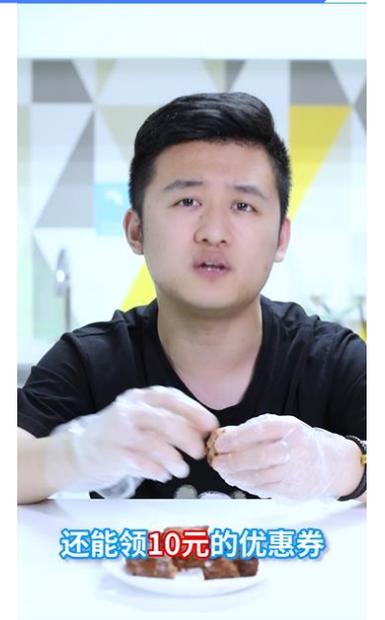
## 以悬疑封面吸引用户点击



## 展现鸭脖食用场景勾起消费欲望



## 价格优惠刺激用户下单

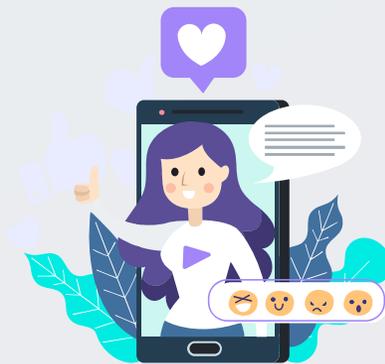


# 京东618成绩单



快手老铁被种草

5亿+



直播期间每分钟订单金额

> 10000元



单场直播最高销量  
卤味鸭掌鸭脖鸭舌共卖出

2700公斤

## 有创意

快手顶级**66**位红人直播带货

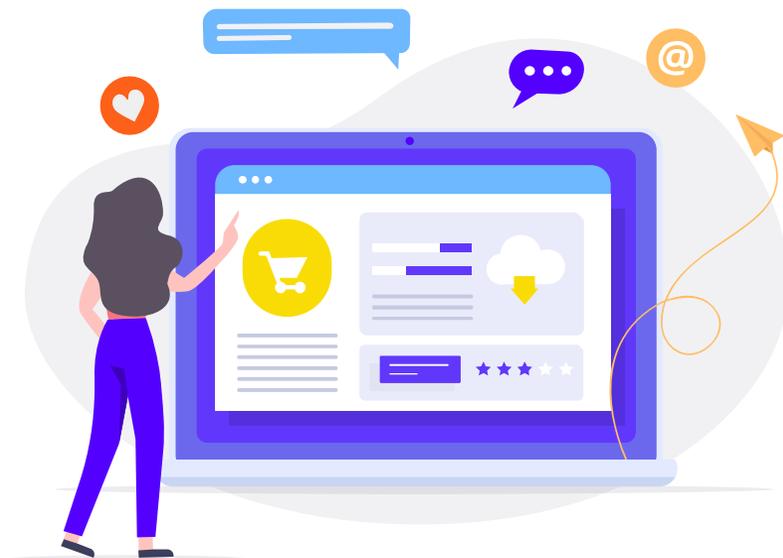
网红类型全面涵盖**20+**类

直播时长超**132**小时

直播观看总人数**2500w+**

话题挑战赛产出视频**4944**条

话题挑战赛视频播放**2940w+**



## 有生意

快手老铁被种草**5亿+**

直播期间**每分钟**订单金额**1w+**

单场直播卖出零食**2700**公斤

某老铁一口气购买面霜近**500**支

“ 快手作为新兴的短视频流量红利媒体平台，已成从单一的流量获取平台转变为重要的整合营销阵地，多盟此次为京东618提供的解决方案，帮我们有效挖掘下沉市场红利，实现618期间GMV大幅增长，充分展现了“老铁经济”的巨大潜能。

”

## Highlights

- 挖掘红利** 充分挖掘快手在下沉市场的流量红利，聚集海量年轻用户核心注意力，超预期完成客户引流目标。
- 品效合一** 选好品、找对人、重执行、抓效果，实现品效合一的“老铁经济”。
- 资源整合** 全面整合快手资源，充分挖掘话题推广、内容种草、直播带货、效果引流等手段的配合，树立了快手短视频整合营销标杆。



Top  
Mobile  
Awards

**Thanks**  
感谢观看

618

